



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
DEPARTAMENTO DE MEDIAÇÕES INTERCULTURAIS  
BACHARELADO EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS  
NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS**

**THIAGO ROCHA SANTOS**

**A MÚSICA ENQUANTO ESTRATÉGIA DE *SOFT POWER*: UMA ANÁLISE DA  
INFLUÊNCIA DO *POP* NORTE-AMERICANO NA DIFUSÃO DA LÍNGUA INGLESA  
NOS ANOS 90.**

**JOÃO PESSOA  
2019**

**THIAGO ROCHA SANTOS**

**A MÚSICA ENQUANTO ESTRATÉGIA DE *SOFT POWER*: UMA ANÁLISE DA  
INFLUÊNCIA DO *POP* NORTE-AMERICANO NA DIFUSÃO DA LÍNGUA INGLESA  
NOS ANOS 90.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Carolina Vieira Bastos.

**JOÃO PESSOA**  
**2019**

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

S237m Santos, Thiago Rocha.

A música enquanto estratégia de soft power: Uma análise da influência do pop norte-americano na difusão da língua inglesa nos anos 90. / Thiago Rocha Santos. - João Pessoa, 2019.  
68f. : il.

Orientação: Ana Carolina Vieira Bastos.  
Monografia (Graduação) - UFPB/CCHLA.

1. Língua inglesa. 2. Cultura. 3. Poder. 4. Soft power.  
5. Música pop estadunidense. I. Bastos, Ana Carolina Vieira. II. Título.

UFPB/CCHLA

Universidade Federal da Paraíba  
Pró-Reitoria de Graduação Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes  
Departamento de Mediações Interculturais  
Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de Conclusão de  
Curso

**A MÚSICA ENQUANTO ESTRATÉGIA DE *SOFT POWER*: UMA ANÁLISE DA  
INFLUÊNCIA DO *POP* NORTE-AMERICANO NA DIFUSÃO DA LÍNGUA INGLESA  
NOS ANOS 90.**

Elaborado por

**Thiago Rocha Santos**

Como requisito parcial para a obtenção do grau de  
**Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais.**

COMISSÃO EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Ana Carolina Vieira Bastos - Orientadora - Presidente da Banca - UFPB

---

Profa. Ma. Claudia Caminha Lopes Rodrigues - Banca Examinadora - UFPB

---

Profa. Dra. Kátia Ferreira Fraga - Banca Examinadora - UFPB

João Pessoa, 06 de maio de 2019.

Dedico este trabalho à minha mãe, Solange Rocha Silva, e à minha avó, Valdelice Oliveira Rocha.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, pela permissão concedida de poder fazer esta graduação e pela força que me foi dada durante todo o caminho percorrido.

À minha mãe, meu maior ídolo e inspiração, pelo amor, carinho e dedicação com que me apoiou nesta jornada, sempre me aconselhando com muita sabedoria, me incentivando e fazendo de tudo para que eu seguisse em frente. Sua força, determinação e coragem são um exemplo.

Ao meu pai, modelo de profissionalismo e responsabilidade, sempre disposto a me ajudar.

À minha avó e à minha irmã, duas pessoas amadas e muito importantes em minha vida.

A Paulo Vinycius de Andrade Santos, com quem compartilhei todos os momentos desta caminhada, sempre com seu amor, companheirismo, alegria e amizade, me motivando a ser uma pessoa melhor. Muito obrigado por ter entrado em minha vida e por torná-la mais feliz.

À Jade Dias, por sempre ser essa amiga tão querida e especial, sua amizade é um bem precioso.

Aos meus amigos durante todo este período, por terem contribuído, de alguma forma, para essa experiência.

À João Pessoa, uma cidade linda e onde fui acolhido tão bem.

À Ana Carolina Vieira Bastos, pelos ensinamentos, orientações e conhecimento compartilhados. Sua competência e força são admiráveis.

À Kátia Fraga, Gabriela Bezerra, Mirza Saraiva, Claudia Caminha, Alyanne Chacon, Angela Erazo e todos os outros professores que contribuíram para a minha formação com seu conhecimento e experiência.

Ao curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, por ter me proporcionado a chance de conhecer as pessoas que conheci, pelas oportunidades, pelos momentos que passaram e pelos momentos que ainda virão.

A todos, o meu muito obrigado.

*“Se você tem um sonho, lute por ele. Existe uma disciplina. Não é sobre quantas vezes você foi rejeitado, caiu ou foi derrotado. É sobre quantas vezes você fica de pé, levanta a cabeça, é corajoso e persevera”.*

*Lady Gaga.*

## FOLHA DE IDENTIFICAÇÃO

<b>Instituição</b>	<b>UFPB – Universidade Federal da Paraíba</b>
	<b>Endereço:</b> Cidade Universitária – João Pessoa – PB – Brasil – CEP: 58051-900 – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes – Campus I, Conjunto Humanístico – Bloco IV, Cidade Universitária – João Pessoa – PB – Brasil – CEP: 58059-900
<b>Dirigentes</b>	<p><b>Reitoria:</b>  Reitora: Profa. Dra. Margareth de Fátima Formiga Melo Diniz  Vice-Reitora: Profa. Dra. Bernardina Maria Juvenal Freire De Oliveira  Pró-Reitora de Graduação: Profa. Dra. Arianne Norma Menezes de Sá</p> <p><b>Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes:</b>  Diretora: Profa. Dra. Mônica Nóbrega  Vice-Diretor: Prof. Dr. Rodrigo Freire de Carvalho</p> <p><b>Departamento de Mediações Interculturais:</b>  Chefe: Profa. Dra. Tânia Liparini  Vice-Chefe: Profa. Ma. Christiane Maria de Sena Diniz</p> <p><b>Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais:</b>  Coordenadora: Profa. Dra. Kátia Ferreira Fraga</p>
<b>Trabalho de Conclusão de Curso</b>	<p><b>Título:</b> A música enquanto estratégia de <i>soft power</i>. Uma análise da influência do <i>pop</i> norte-americano na difusão da língua inglesa nos anos 90.</p> <p><b>Vínculo:</b>  Disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso  Professora Responsável: Prof. Ma. Silvia Renata Ribeiro</p>
<b>Execução</b>	<p><b>Orientação:</b>  Profa. Dra. Ana Carolina Vieira Bastos</p> <p><b>Aluno:</b>  Thiago Rocha Santos</p>



## RESUMO

A cultura estadunidense está presente em quase todos os lugares, principalmente após o fim da Segunda Guerra Mundial, criando um padrão de consumo global dos costumes do país através de produtos como a música. O sucesso da indústria musical dos Estados Unidos beneficiou, entre outros elementos, o seu idioma. Segundo Crystal (2003), nenhuma outra fonte difundiu tão bem a língua inglesa no mundo quanto a música *pop*. À vista disso, o presente trabalho visa desenvolver uma pesquisa sobre a música *pop* norte-americana enquanto estratégia de *soft power*, termo criado por Nye Jr. (2004), na difusão do inglês nos anos 90, a fim de se entender como esse produto cultural ajudou na divulgação do idioma no mundo. De acordo com o autor, o termo *soft power* designa a habilidade de se influenciar indiretamente o comportamento ou interesses de outros por meios culturais ou ideológicos, sendo baseado na persuasão ao invés da coerção. Além disso, a pesquisa busca contribuir para o entendimento do conceito de *soft power*, apoiado pela relação entre cultura e poder. É apresentado um breve contexto histórico da língua inglesa através dos principais momentos e fatores que colaboraram para a consolidação da sua influência global. Também é feita uma análise da colaboração dos artistas *pop* de destaque no mercado musical da época, a fim de se comprovar que suas consideráveis vendas impulsionaram a projeção internacional da língua inglesa. Esta pesquisa, de base qualitativa e bibliográfica, fundamenta-se nos estudos de autores como os mencionados acima, e também Bryson (1990), Godinho (2016), Fiori (2007), Larkin (2011), Giblin (2004), entre outros. Os resultados apontam que a música *pop* atua de maneira eficiente como método de *soft power*, na década de 90, na difusão cultural dos Estados Unidos.

**Palavras-chave:** Língua inglesa. Cultura. Poder. *Soft power*. Música *pop* estadunidense.

## **ABSTRACT**

The American culture is present almost everywhere, especially after the end of The World War II, creating a pattern of global consumption of the country's customs through products such as music. The success of the United States music industry has benefited, among other things, its language. According to Crystal (2003), no other source has spread the English language in the world as well as pop music. Thus, the present work aims to develop a research on American pop music as a soft power strategy, a term created by Nye Jr. (2004), in the diffusion of English in the 90's, in order to understand how this product helped spread the language in the world. According to the author, the term soft power designates the ability to indirectly influence the behavior or interests of others by cultural or ideological means, being based on persuasion rather than coercion. In addition, the research seeks to contribute to the understanding of the concept of soft power, supported by the relationship between culture and power. A brief historical context of the English language is presented through the main moments and factors that contributed to the consolidation of its global influence. An analysis is also made of the collaboration of notable pop artists in the musical market of the time, in order to prove that their considerable sales boosted the international projection of the English language. This paper is based on a qualitative and bibliographical research, supported by the studies of authors such as those mentioned above, and also others like Bryson (1990), Godinho (2016), Fiori (2007), Larkin (2011), and Giblin (2004), among others. Hence, it is verified that pop music acts in an efficient way as a method of soft power in the diffusion of the United States culture.

**Keywords:** English language. Culture. Power. Soft power. American pop music.

## RÉSUMÉ

La culture américaine est présente presque partout, en particulier après la fin de la Seconde Guerre Mondiale, créant un modèle de consommation mondiale des coutumes du pays à travers des produits tels que la musique. Le succès de l'industrie musicale américaine a notamment profité à son langage. Selon Crystal (2003), aucune autre source n'a autant diffusé l'anglais dans le monde que la musique *pop*. Ainsi, le présent travail vise à développer une recherche sur la musique *pop* américaine en tant que stratégie de *soft power*, un terme créé par Nye Jr. (2004), dans la diffusion de l'anglais dans les années 90, afin de comprendre comment ce produit a contribué à la langue dans le monde. Selon l'auteur, le terme *soft power* désigne la capacité d'influencer indirectement le comportement ou les intérêts d'autrui par des moyens culturels ou idéologiques, en se fondant sur la persuasion plutôt que sur la contrainte. En outre, l'étude cherche à contribuer à la compréhension du concept de *soft power*, étayée par la relation entre culture et pouvoir. Un bref contexte historique de la langue anglaise est présenté à travers les principaux moments et facteurs ayant contribué à la consolidation de son influence mondiale. Une analyse est également faite de la collaboration de grands artistes de la *pop* sur le marché de la musique de l'époque, afin de prouver que leurs ventes considérables ont stimulé la projection internationale de la langue anglaise. Ce travail s'appuie sur une recherche qualitative et bibliographique, étayée par des études d'auteurs tels que ceux mentionnés ci-dessus, ainsi que par Bryson (1990), Godinho (2016), Fiori (2007), Larkin (2011) et Giblin (2004), parmi d'autres. Par conséquent, on vérifie que la musique *pop* agit de manière efficace en tant que méthode de *soft power* dans la diffusion culturelle des États-Unis.

**Mots-clés:** Langue anglaise. Culture. Puissance. *Soft Power*. Musique *pop* américaine.

## RESUMEN

La cultura estadounidense está presente en casi todas partes, especialmente después del final de la Segunda Guerra Mundial, creando un patrón de consumo global de las costumbres del país a través de productos como la música. El éxito de la industria musical de los Estados Unidos ha beneficiado, entre otras cosas, a su lengua. Según Crystal (2003), ninguna otra fuente ha difundido tanto el idioma inglés como la música *pop* en el mundo. Por esta razón, el presente trabajo tiene como objetivo desarrollar una investigación sobre la música *pop* estadounidense como una estrategia de *soft power*, un término creado por Nye Jr. (2004), en la difusión del inglés en los años 90, para comprender cómo este producto ayudó a difundir el idioma en el mundo. De acuerdo con el autor, el término *soft power* designa la habilidad de influenciarse indirectamente en el comportamiento o intereses de otros por medios culturales o ideológicos, basándose en la persuasión en lugar de la coerción. Además, la investigación busca contribuir a la comprensión del concepto de *soft power*, apoyado por la relación entre cultura y poder. Se presenta un breve contexto histórico del idioma inglés a través de los principales momentos y factores que contribuyeron a la consolidación de su influencia global. También se analiza la colaboración de notables artistas *pop* en el mercado musical de la época, para demostrar que sus considerables ventas impulsaron la proyección internacional del idioma inglés. Este documento se basa en una investigación cualitativa y bibliográfica, respaldada por estudios de autores como los mencionados anteriormente, y también por Bryson (1990), Godinho (2016), Fiori (2007), Larkin (2011), Giblin (2004), entre otros. Por lo tanto, se verifica que la música *pop* actúa de manera eficiente como un método de *soft power* en la difusión cultural de los Estados Unidos.

**Palabras clave:** Lengua inglesa. Cultura. Poder. Soft Power. Música *pop* estadounidense.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1:</b> Vendas globais de CD's em milhões de unidades.....	50
<b>Figura 2:</b> Extrato de artigo da Billboard americana mostrando as vendas de Mariah Carey no Japão em 1996.....	52
<b>Figura 3:</b> Billboard, em 1998, destacando o sucesso da trilha do filme <i>Titanic</i> na Ásia.....	53
<b>Figura 4:</b> Nota da revista estadunidense revelando os planos de carreira da cantora japonesa, Hikaru Utada, no ocidente.....	57
<b>Quadro 1:</b> Os álbuns internacionais mais vendidos do Japão.....	52
<b>Quadro 2:</b> Os álbuns internacionais mais vendidos no Brasil, nos anos 90.....	54
<b>Quadro 3:</b> Segmentos com mais álbuns entre os 50 mais vendidos por ano no trecho Rio/São Paulo.....	55

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

IFPI – International Federation of the Phonographic Industry

LEA-NI – Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais

NME – New Musical Express

Nopem – Instituto Nelson Oliveira Pesquisa e Estudo de Mercado

ONU – Organização das Nações Unidas

PMB – Produtores Fonográficos Associados

*RIAJ* – Recording Industry Association of Japan

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	15
1 A EXPANSÃO DA LÍNGUA INGLESA: CONTEXTO HISTÓRICO .....	18
1.1 Os celtas, romanos e anglo-saxões .....	18
1.2 <i>Old English</i> .....	19
1.2.1 A introdução do cristianismo .....	20
1.2.2 A influência dos povos nórdicos .....	20
1.2.3 A invasão dos franceses e sua influência na língua inglesa .....	21
1.3 <i>Middle English</i> .....	21
1.4 Modern English .....	23
2 O INGLÊS NOS ESTADOS UNIDOS E SEU <i>STATUS</i> DE LÍNGUA GLOBAL.....	25
2.1 O inglês nos Estados Unidos.....	25
2.2 O inglês como língua global .....	28
2.2.1 Nas relações internacionais .....	30
2.2.2 Na música <i>pop</i> americana .....	31
3 A RELAÇÃO ENTRE <i>SOFT POWER</i> E CULTURA NA CONSOLIDAÇÃO DA INFLUÊNCIA DOS ESTADOS UNIDOS E DO INGLÊS .....	34
3.1 A conjuntura do poder norte-americano nas décadas de 80 e 90 .....	34
3.2 Poder: Definições.....	35
3.3 O <i>Soft Power</i> .....	37
3.4 A ligação entre Cultura e Poder .....	39
3.5 A cultura enquanto estratégia do <i>soft power</i> americano .....	40
4 A MÚSICA <i>POP</i> ENQUANTO INSTRUMENTO DO <i>SOFT POWER</i> AMERICANO NA DIFUSÃO DO INGLÊS NA DÉCADA DE 1990 .....	44
4.1 O contexto histórico da música <i>pop</i> estadunidense .....	44
4.2 O poder da música pop na projeção do inglês no mundo: o exemplo dos anos 90 em números .....	46
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	59
REFERÊNCIAS.....	62

## INTRODUÇÃO

A música tem adquirido cada vez mais importância na convivência humana. Quando as pessoas se reúnem por qualquer motivo, seja em casamentos, formaturas, eventos esportivos ou celebrações diversas, por exemplo, há o cuidado com a escolha da canção mais adequada para a ocasião.

Para Moraes (1983), música é o lugar onde existe a mão do ser humano e a invenção de linguagens, de formas de ver, representar, transferir e mudar o mundo.

Dessa forma, é importante que se faça uma caracterização desse produto cultural devido à sua particularidade enquanto mecanismo de comunicação. Nesse sentido, Loureiro (2009) declara ser provável que a sociedade tenha mais na música – do que em qualquer outro tipo de manifestação artística – o mais poderoso e revolucionário instrumento de transmissão de ideias e opiniões.

Outro elemento cultural essencial na comunicação é a língua. Câmara Jr. (1955) afirma que a língua é um fato de cultura como qualquer outro; integra-se na cultura e funciona como a expressão dela, proporcionando a comunicação. Tannen (2006), por sua vez, pontua que língua e cultura estão intimamente interligadas de maneiras complexas e que muitos linguistas concordam que elas são elementos inseparáveis.

Em se tratando de cultura, através da música *pop* norte-americana, desde o século passado a língua inglesa tem mostrado sua força, tendo sido um canal para a reprodução global das convicções e hábitos dos Estados Unidos. O país tem a maior indústria musical do mundo,<sup>1</sup> conduzindo o que é produzido e consumido pelos outros mercados e fazendo do inglês um instrumento de poder capaz de influenciar comportamentos, no que Nye Jr. (2004) classifica como estratégia de *soft power*, que, em outras palavras, é a capacidade de se atrair e influenciar os outros a fazer aquilo que você quer que eles façam, sem lançar mão de meios coercitivos como, força armada, por exemplo.

Tendo em vista os aspectos observados, o objetivo geral desta pesquisa é compreender de que modo a música *pop* norte-americana atua enquanto estratégia de *soft power* na difusão mundial da língua inglesa, levando em consideração a década de 90. A escolha desse período como marco temporal se deve à sua

---

<sup>1</sup> De acordo com dados da Federação Internacional da Indústria Fonográfica, 2019.



relevância histórica como a fase de transição para um novo século e uma Nova Ordem Mundial, caracterizada pela liderança polarizada dos Estados Unidos.

Assim, neste trabalho é proposto um estudo sobre o domínio e a influência da língua inglesa no mundo, através da música. Tal temática se mostra pertinente para a comunidade acadêmica e área de pesquisa, pois analisa determinada estratégia de *soft power* enquanto instrumento de política externa e influência cultural.

Para o curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, em especial, a pesquisa é importante, pois utiliza uma abordagem multi e interdisciplinar, buscando conceitos e dados de diferentes áreas do saber ligadas, de alguma forma, à graduação, como, por exemplo, história, relações internacionais, economia e idioma, abordando esse último enquanto elemento cultural. Ademais, sendo relevante o papel das línguas na formação do profissional de LEA-NI, é pertinente estudar a relação entre língua e poder para uma melhor compreensão dos fenômenos socioculturais.

A iniciativa para a elaboração deste trabalho partiu do interesse deste autor, enquanto pessoa influenciada, desde cedo, pela cultura dos Estados Unidos, uma vez que teve o seu primeiro contato com a língua inglesa e começou a estudá-la através da música *pop* americana, sentindo assim, a necessidade de colocar em debate o papel que a mesma pode desempenhar na projeção do idioma.

O trabalho é composto por quatro capítulos. O primeiro é referente aos principais períodos, desde a antiguidade até a modernidade, na trajetória histórica da língua inglesa, realçando a importância adquirida por ela ao longo do tempo. O segundo capítulo busca demonstrar como o inglês chegou aos Estados Unidos e lá se estabeleceu, além de fornecer uma explicação de como o país ajudou o idioma a se tornar a língua global e de prestígio mundial que é na atualidade, segundo Crystal (2003), trazendo também a conjuntura de sua influência no âmbito das relações internacionais e na música *pop*.

Com esses dois capítulos, busca-se atender ao primeiro objetivo específico de apresentar o contexto histórico do idioma inglês, destacando assim a importância de, ao se estudar uma língua, se conhecer também a sua história. Para isso, é utilizada a pesquisa bibliográfica, que segundo Severino (2007) e Prodanov e Freitas (2013), é realizada a partir de referencial teórico, resultante de pesquisas anteriores que oferecem suporte às informações apresentadas por meio das contribuições dos autores consultados.

No terceiro capítulo, busca-se tratar do segundo objetivo específico, que é introduzir o conceito de *soft power*, fundamentado na relação entre os aspectos culturais e de poder nas relações sociais. Essa é uma importante ligação para se entender como a cultura assume papel fundamental enquanto instrumento do *soft power* na conjuntura do poder norte-americano.

Isso posto, pode-se dizer que este trabalho é pautado na pesquisa qualitativa que, segundo Gerhardt e Silveira (2009), foca na compreensão e explicação de diferentes dinâmicas das relações sociais e na observância de um determinado fenômeno. Ainda de acordo com as referidas autoras e conforme apontado por Prodanov e Freitas (2013), esta é uma pesquisa descritiva, pois depende da investigação detalhada das informações acerca do assunto estudado, por meio de observação, registro e interpretação dos fatos.

No quarto capítulo procura-se alcançar o terceiro e último objetivo específico, isto é, analisar a difusão da língua inglesa nos anos 90 por meio da colaboração dos artistas *pop* de destaque no cenário internacional do período.

Por fim, são apresentadas as considerações finais acerca da pesquisa desenvolvida, as limitações e as contribuições deste trabalho para futuras investigações na área.

## **1 A EXPANSÃO DA LÍNGUA INGLESA: CONTEXTO HISTÓRICO**

Buscar compreender a trajetória de uma língua significa conhecer as relações de poder e disputas políticas ao longo da história de um determinado povo. Os confrontos quase sempre mostram que a alternância de poder tem resultado em imposições de língua e cultura de uma nação a outra em um determinado período. São essas relações de alternância e de convívio que desenvolveram a forma de comunicação que se utiliza hoje. E, com a língua inglesa, esse panorama não é diferente. Não da forma como é conhecida atualmente, a língua já foi falada por apenas algumas tribos remotas que ocuparam as Ilhas Britânicas desde a Antiguidade.

O idioma surgiu no espaço onde atualmente se encontra a Grã-Bretanha. O território já foi o desejo de diversos povos e alvo de muitas disputas e invasões. Essas razões explicam as múltiplas origens e influências variadas da língua ao longo do tempo. O inglês é apontado por Hogg e Alcorn (2012) como um dialeto germânico-ocidental, porém sofreu também influência latina, escandinava, francesa e normanda.

Na atualidade, o inglês se configura não apenas como uma das línguas mais faladas do mundo, mas também uma das mais usadas nos contextos político, econômico, diplomático e cultural. Por essa razão, neste capítulo é traçada uma breve linha histórica do desenvolvimento da língua inglesa, mostrando sua trajetória desde a antiguidade até o período da modernidade através dos fatores e eventos marcantes que contribuíram para o estabelecimento da influência do idioma em escala mundial.

### **1.1 Os celtas, romanos e anglo-saxões**

De acordo com Bryson (1990), o início da história da Inglaterra se dá com os celtas, que foram um conjunto de povos que viveu em múltiplas tribos a partir do segundo milênio a.c, espalhando-se por regiões da Alemanha, Holanda, Dinamarca, Bélgica, França e Inglaterra. A maioria deles vivia da agricultura, assim como da pecuária e da caça. Tais povos deixaram uma herança histórica em diversos aspectos, como religião, mitologia, literatura, e principalmente, língua.

Roma também exerceu papel importante na evolução do inglês. Conforme aponta Bryson (1990), os celtas desenvolveram uma relação estreita com os romanos. A presença romana ocorreu primeiramente devido às invasões de reconhecimento lideradas por Júlio César. Na terceira invasão, liderada pelo Imperador *Claudius*, ocorre a anexação do território ao império romano. É justamente nesse episódio que Bryson (1990) afirma ter início a influência de mais de três séculos do latim no idioma e na cultura celta. Ele completa que, por volta do ano de 410, o Império Romano começou a sofrer crises que o levaram a deixar as terras celtas-bretãs, deixando os povos que ali habitavam à mercê dos inimigos.

Por esse motivo, os celtas buscaram ajuda com as tribos germânicas, mas foram atacados por elas. Os chamados anglo-saxões se instalaram nas terras celtas mais férteis, no sudeste da Grã-Bretanha, arruinando a população local e suas vilas. É justamente a série de dialetos utilizados pelos anglo-saxões que dão origem ao período inicial do inglês, o chamado *Old English*.

## **1.2 Old English**

Entende-se por *Old English*, ou inglês antigo, e ainda, inglês saxônico, a fase da língua inglesa compreendida entre os séculos V e XI, período equivalente à supremacia anglo-saxã. O idioma dessa época foi influenciado pelos dialetos trazidos à Grã-Bretanha através dos povos saxões e as variações linguísticas de suas diferentes tribos. Não se trata apenas de um idioma, mas de uma união desses múltiplos dialetos e é, na atualidade, uma língua quase que irreconhecível, mesmo para os falantes nativos.

Conforme citado por Bryson (1990), os acontecimentos mais marcantes que definiram esse período de fundamental importância para a construção do idioma inglês, são: i) a introdução do cristianismo nas tribos celtas; ii) as invasões nórdicas na Grã-Bretanha e sua consequente influência sobre os povos e idioma nativos; iii) a invasão francesa juntamente com a importância de sua língua no desenvolvimento do inglês.

### 1.2.1 A introdução do cristianismo

Por volta do século V, St. Patrick ou São Patrício, como é conhecido no Brasil, um ex-escravo e sacerdote britânico, foi incumbido de levar a doutrina cristã aos povos celtas que viviam na região onde hoje é a Irlanda. A introdução do cristianismo nas tribos anglo-saxãs se deu de forma gradual, conforme aponta Vian Jr. (2012). Foi nesse momento que a influência do latim na língua germânica, iniciada pelos romanos, ganhou força.

Bryson (1990) afirma que essa influência foi fundamental para o surgimento do inglês moderno, bem como a inserção de textos bíblicos, principal motivação para o início da literatura inglesa. O latim ajudou igualmente na expansão do vocabulário do inglês antigo, uma vez que os dialetos eram resumidos a poucos diálogos funcionais que atendessem às necessidades das situações cotidianas e descrevessem fatos concretos. Por meio do vocabulário greco-latino a linguagem anglo-saxônica foi ampliada rumo a conceitos mais abstratos.

### 1.2.2 A influência dos povos nórdicos

Segundo Vian Jr. (2012), com a chegada do século VIII, mais um povo invade a Grã-Bretanha, dessa vez, os *vikings*, escandinavos que vieram de lugares onde atualmente estão localizados países como a Dinamarca e a Noruega. Esses escandinavos logo se incorporaram às tribos anglo-saxãs e por ali habitaram por quase dois séculos, ora de forma pacífica, ora de forma violenta.

A intercompreensão entre os escandinavos e os saxões ocorreu de maneira simplificada visto que suas línguas possuem a mesma origem, germânica. Esse ponto comum entre os dialetos facilitou a comunicação e motivou uma intervenção de forma mútua entre as sociedades, ocorrendo incorporação de termos da língua escandinava à língua inglesa.

Bryson (1990) assegura que a influência nórdica no inglês foi enorme e exemplifica que mais de mil e quatrocentos nomes de lugares, principalmente do norte da Inglaterra, possuem origem escandinava. Ele completa:

Muitos termos escandinavos foram adotados, sem os quais o inglês seria claramente mais pobre: *freckle, leg, skull, meek, rotten, dazzle, scream, trust, take, husband, sky*. [...] Mas o mais notável de tudo, o inglês adotou certas formas gramaticais. Os pronomes *they, them* e *their*, por exemplo, são escandinavos.<sup>2</sup> (Bryson, 1990, p. 53, tradução nossa)

### 1.2.3 A invasão dos franceses e sua influência na língua inglesa

No final do século XI, os franceses descendentes dos escandinavos que ocuparam a região da Normandia, liderados pelo duque Guilherme, ou William II da Normandia, invadiram a Inglaterra no episódio conhecido como a “Batalha de *Hastings*”. Nessa ocasião, os franceses se sagraram vencedores do combate, e seu líder se consagrou o novo rei da Inglaterra, instaurando assim, a dinastia normanda no país.

Para Bryson (1990), esse evento mudou a história da Inglaterra e da Europa como um todo e marcou o início da influência do idioma francês sobre a língua inglesa. O país passou a ser governado durante um longo período, principalmente entre os séculos XIV e XV, por nobres que apenas se comunicavam através do idioma francês e por essa razão, o francês passou a ser usado como a língua oficial de atividades com lei e ciência, o que fez com que muito da língua francesa fosse absorvido pelos ingleses. Essa influência no vocabulário inglês pode ser vista nos dias de hoje em palavras como *justice, magazine, résumé, damage*, entre outras.

Foram as circunstâncias da Batalha de *Hastings* e a forte presença da língua francesa, através do reinado de mais de três séculos dos normandos, que iniciaram o período que sucede o inglês antigo. Surgiu assim a era do inglês médio ou medieval.

### 1.3 *Middle English*

O *Middle English*, também conhecido como inglês médio ou medieval, em português, é o período relativo ao início do século XII até meados do século XVI. É marcado por importantes mudanças na língua inglesa justamente por causa da influência sofrida após a conquista normanda com o consequente convívio com a

---

<sup>2</sup> No original: A great many Scandinavian terms were adopted, without which English would clearly be the poorer: *freckle, leg, skull, meek, rotten, dazzle, scream, trust, take, husband, sky*. [...] But most remarkable of all, the English adopted certain grammatical forms. The pronouns *they, them, and their*, for instance, are Scandinavian. (Bryson, 1990, p. 53)

língua francesa e também pelo panorama da sociedade e as novas tendências surgidas na época.

Baugh e Cable (2002) afirmam que quando duas línguas convivem tanto tempo interligadas, é natural que haja um empréstimo de palavras de ambos os lados.

Onde duas línguas existem lado a lado por um longo tempo e as relações entre as pessoas que as falam são tão íntimas quanto eram na Inglaterra, uma considerável transferência de palavras de uma língua para outra é inevitável. [...] O grande número de palavras francesas emprestadas durante a Idade Média facilitou o empréstimo, e as estreitas relações culturais entre a França e a Inglaterra em todos os períodos subsequentes forneceram uma oportunidade constante para a transferência de palavras. (Baugh, Cable, 2002, p. 156, *tradução nossa*).<sup>3</sup>

Nesse sentido, McCrum, MacNeil e Cran (1992) usam como exemplo um acontecimento que ilustra essa nova era do inglês. Trata-se da transição da letra *Y*, quando usada no *Old English* como uma vogal curta, para a letra *U*, do francês, uma vez que ambas possuíam o mesmo som em seus respectivos idiomas. Com isso, uma palavra do *Old English* que continha a letra *Y*, como por exemplo o termo *mycel*, se tornou *muchel* no *Middle English* e depois, *much*, no *Modern English*.

Os autores usam ainda o exemplo do *Y* como vogal longa que foi substituído por *uir*, por exemplo, *fyr* no inglês antigo, passou a ser *fuir* no inglês medieval e depois *fire* no inglês moderno. Esses são alguns dos exemplos das alterações linguísticas que ocorreram de uma fase para a outra.

Em se tratando de referências históricas, o principal acontecimento que marcou o período do inglês médio foi a Guerra dos Cem Anos. Esse foi o mais notável combate ocorrido na Europa medieval. O embate durou na verdade, 116 anos, com períodos de relativa trégua. Conforme Wolff (1988) afirma, o conflito se

---

<sup>3</sup> No original: Where two languages exist side by side for a long time and the relations between the people speaking them are as intimate as they were in England, a considerable transference of words from one language to the other is inevitable. [...] The large number of French words borrowed during the Middle Ages has made it easy for us to go on borrowing, and the close cultural relations between France and England in all subsequent periods have furnished a constant opportunity for the transfer of words. (Baugh, Cable, 2002, p. 156)

constitui na fase mais dramática das intermináveis batalhas anglo-francesas da Idade Média.

De acordo com o autor, a motivação política foi a disputa pelo trono francês após a morte do rei Carlos IV, no ano de 1328. No panorama econômico, a nobreza da Inglaterra e da França competiam pela próspera região de Flandres, na atual Bélgica. Eduardo III, na época, o rei da Inglaterra, acabou cedendo e aceitando a coroação de Felipe VI, da França, o parente mais próximo do rei Carlos IV.

Porém, pouco tempo depois, por volta de 1337, as disputas por terras culminaram em conflitos armados entre as duas nações. Os ingleses foram vitoriosos em muitas fases do confronto, posto que dispunham de uma excelente artilharia, porém a França ganhou fôlego e conseguiu mudar definitivamente os rumos da guerra, até sair vitoriosa no final da batalha, em 1453.

Esse evento foi importante para os dois países envolvidos pois eles fortaleceram suas monarquias. Nesse sentido, para Wolff (1988), a população de ambos desenvolveu um forte sentimento de nacionalismo, percebido na Inglaterra pelo fato de as pessoas não quererem mais falar ou estudar o dialeto do inimigo. Portanto, a Guerra dos Cem Anos é relevante para o estudo do idioma inglês na medida em que marcou o fim do período medieval e o nascimento da Idade Moderna, provocando importantes mudanças na língua inglesa. Assim começou a era do *Modern English*, o Inglês Moderno.

#### **1.4 Modern English**

O Inglês Moderno é a fase que vai do século XVI até os dias atuais.

A principal característica do início desse momento da história é a unificação do idioma por toda a Inglaterra, com Londres, sua capital e maior cidade, sendo a sede do Governo e do Parlamento, além de ser o maior ponto comercial e o centro de toda a evolução linguística que viria a acontecer. Ademais, o inglês se tornou o idioma principal dos documentos oficiais do governo. O surgimento da imprensa e a criação do sistema postal, fatores marcantes do período, contribuíram para essa unificação da língua.

Além desses fatores, Baugh e Cable (2002) relatam também que elementos como: i) a rápida difusão da educação popular, através do aumento no número de escolas, por exemplo; ii) o crescimento do conhecimento especializado com a



introdução de novo vocabulário; iii) a propagação de uma maior autoconsciência, seja ela individual ou coletiva, sobre a linguagem; fizeram com que o idioma se desenvolvesse e assumisse atributos distintos daqueles que possuía na Idade Média.

Percebe-se assim uma diferença entre o inglês no começo de sua história e sua configuração na modernidade, que pode ser explicada pelo fato de a Inglaterra ter implantado estratégias de colonização eficazes e que perduraram por muito tempo, o que fez com que o país se tornasse uma potência mundial, ocupando muitas terras, dando origem a outras nações e perpetuando sua cultura e idioma em diversas partes do planeta.

Ainda, no que diz respeito ao inglês moderno, é considerável o efeito da colonização da Grã-Bretanha nos Estados Unidos. Assim, dentre as nações que nasceram a partir da colonização inglesa, o próximo capítulo deste trabalho buscará entender como o inglês foi levado até a América, estudando sua trajetória nos Estados Unidos. Além disso, no capítulo se fará uma análise da língua inglesa enquanto fenômeno global na modernidade.

## 2 O INGLÊS NOS ESTADOS UNIDOS E SEU STATUS DE LÍNGUA GLOBAL

Como visto no capítulo anterior, a língua inglesa até a Modernidade, percorreu uma grande faixa do território europeu, onde sofreu interferência de outros dialetos e se modificou ao longo do tempo, até chegar ao mais próximo do que é atualmente.

Conhecer essa conjuntura histórica é fundamental ao se estudar a língua e serve como base para se compreender como o inglês chegou e se estabeleceu nos Estados Unidos, até se transformar na língua de influência mundial que é hoje.

Dito isso, o presente capítulo tem por objetivo analisar a trajetória da língua inglesa nos Estados Unidos da América e entender como o país a alçou ao patamar de língua global.

### 2.1 O inglês nos Estados Unidos

A língua inglesa chegou até os Estados Unidos por meio da colonização britânica, no que Godinho (2016) declara ser o primeiro passo do idioma rumo à globalização. Vale ressaltar que os colonizadores ingleses chegaram ainda no século XVII e se estabeleceram por toda a costa atlântica do país. O contato com o dialeto de tribos nativas que viviam na região e com o espanhol de regiões próximas, colonizadas pela Espanha, logo provocou mudanças no vocabulário do inglês britânico.

Ainda, no que se refere a mudanças, o contato com os indígenas trouxe uma nova expansão de vocabulário à língua. Godinho (2016) destaca que a marca dos nativos é presente no dicionário americano por meio de nomes de estados e localidades, por exemplo. Segundo o autor, rios como o *Mississippi* e cerca de vinte e seis estados norte americanos como por exemplo, *Massachusetts* e as *Dakotas* do Norte e do Sul possuem nomes de origem indígena.

Godinho (2016) explica que o espanhol, por sua vez, também exerce, desde essa época, influência no inglês americano. Essa interferência é visível principalmente nos estados americanos que já foram territórios colonizados pela Espanha e que até o momento atual têm proximidade maior com o México, sendo eles: Arizona, Califórnia, Texas e Novo México. Palavras do vocabulário espanhol

como *rodeo*, *plaza*, *stampede* e *tornado*, que já eram adaptações espanholas da língua nativa, foram incorporadas ao inglês.

O Novo Mundo, como foi chamado pelos britânicos, seguiu como colônia da Inglaterra até o século XVIII quando em 1776, as Treze Colônias da América do Norte declararam independência da Grã-Bretanha. Logo após, em 1787, a Constituição Federal foi aprovada, e em 1790 o primeiro censo demográfico foi realizado. Segundo apontam Baugh e Cable (2002), nessa ocasião, o número de habitantes do novo país chegava a aproximadamente quatro milhões de pessoas, sendo que cerca de 90% da população vinha das Ilhas Britânicas.

Por volta de 1861 até 1865, ocorreu a Guerra Civil americana, um marco na construção do país e início da busca por uma unificação nacional, uma vez que os Estados Unidos eram, até então, uma nação dividida entre os interesses da região norte contra os interesses da região sul.

A guerra deixou milhares de mortos e despertou nos americanos a intensa necessidade de criar uma identidade nacional por meio da reconstrução da nação e da integração do território norte com o sul, o que impactou diretamente os rumos que o inglês tomaria em sua trajetória no país.

Foi nessa época também, conforme citam Baugh e Cable (2002), que a Europa sofria com revoluções, pobreza e fome, o que levou uma grande quantidade de imigrantes a mudar para os Estados Unidos, cerca de três milhões de irlandeses e alemães chegaram somente nesse período.

Na visão dos autores, esses acontecimentos causaram mudanças no inglês americano. A influência alemã, em especial, foi elementar no desenvolvimento dos Estados Unidos, seja em aspectos como economia e cultura, seja em modificações no idioma. A língua alemã, inclusive, chegou a ser considerada uma opção para se tornar a língua oficial do país. Escolas chegaram a ter um ensino voltado ao bilinguismo inglês/alemão e palavras do dicionário alemão foram incorporadas ao inglês sem necessidade de tradução ou qualquer adaptação.

Até à época atual, em lugares como a Pensilvânia, por exemplo, o alemão, bem como o dialeto de escoceses e irlandeses é falado por descendentes desses povos que ali se instalaram. Baugh e Cable (2002) destacam que “a Pensilvânia

tinha uma população mista de quacres<sup>4</sup> ingleses, alguns galeses e muitos escoceses, irlandeses e alemães”.<sup>5</sup> (Baugh, Cable, 2002, p.333, *tradução nossa*)

A ida de escravos africanos para a América também provocou alterações no inglês, na medida em que os negros que foram levados aos Estados Unidos tiveram que aprender o idioma, obrigatoriamente, conforme alega Godinho (2016). Esse contato com os africanos acabou trazendo, além de contribuições culturais e históricas, mudanças na língua. Um exemplo disso é a variação que surgiu dessa relação, o chamado *Black English*, que segundo Labov (1972), seria o conjunto das formas de linguagem utilizadas pelas pessoas negras norte-americanas.

Esse processo pelo qual a língua inglesa passou desde sua inserção nos Estados Unidos fez com que se expandisse enquanto língua materna, ampliando assim o número de falantes nativos, e funcionando como base para o desenvolvimento social, científico e tecnológico do país. A partir das duas grandes guerras, o inglês propaga-se pelo mundo, passando a ser o idioma utilizado para facilitar o entendimento entre os povos na comunicação internacional.

A sociedade norte-americana, desde seu processo de unificação, buscou colocar o seu idioma em posição de destaque e importância dentro de seus objetivos no cenário mundial. Schmid (2001) cita como exemplo uma fala do ex-presidente americano John Adams, em 1780, em que ele diz que o inglês deveria ocupar um papel dominante entre as línguas mundiais. De acordo com a autora, Adams, já naquela época, estava entre as pessoas que acreditavam que o inglês estaria destinado a ser uma das línguas mais bem sucedidas do mundo, algo parecido com o que o latim fora outrora.

Schmid (2001) afirma ainda que o ex-presidente estava convencido de que o governo poderia exercer, através de estratégias bem definidas, total influência sobre o desenvolvimento do idioma e através dele, exercer de mesma forma, influência sobre as pessoas. Assim, verifica-se que Adams enxergou no inglês uma maneira de expandir ambos, língua e influência do governo estadunidense, para outras nações.

Esse exemplo revela que naquela época os norte-americanos já começaram a enxergar o potencial do inglês no cenário internacional e criar estratégias de

---

<sup>4</sup> De acordo com o Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, tem-se que: quacres são membros de uma seita protestante fundada na Inglaterra e difundida nos Estados Unidos.

<sup>5</sup> No original: “Pennsylvania had a mixed population of English Quakers, some Welsh, and many Scots-Irish and Germans”. (Baugh, Cable, 2002, p.333).

propagação do seu idioma através de diferentes setores. Contudo, foi após o fim da Segunda Guerra Mundial que a influência política e cultural dos Estados Unidos se espalhou pelo mundo de forma mais intensa, elevando o país ao *status* de superpotência do sistema internacional e contribuindo assim, para a difusão do inglês como língua global.

## 2.2 O inglês como língua global

O recorte histórico traçado até aqui mostra que a língua inglesa ampliou seus domínios pelo mundo de forma vigorosa, passando de sua fase imperial, na qual a Grã-Bretanha exerceu seu poder de expansão através das missões de colonização, até chegar à língua de alcance mundial na atualidade, após os Estados Unidos emergirem como potência econômica. Em outras palavras, essa difusão permitiu uma transição do idioma, que deixou de ser uma língua materna, isto é, usada somente por países anglófonos, transformando-se em uma língua internacional, ou global.

Godinho (2016) explica que é interessante ter uma perspectiva geral do estágio em que o idioma se encontra na época atual para se ter uma visão clara de sua dimensão enquanto língua global. Atualmente, o inglês é o idioma oficial, ou tem notável *status* em pelo menos setenta e cinco países, comparado a vinte e sete do francês e vinte do espanhol. O autor alega que nenhum outro idioma é usado em uma área do globo tão extensa quanto o inglês. Conforme dados de 2016, são cerca de trezentos e setenta e cinco milhões de pessoas que o utilizam como língua nativa, mais quatrocentos milhões que o utilizam como segunda língua, e cerca de setecentos e cinquenta milhões ao redor do mundo que o falam como língua estrangeira.

Crystal (2003) define língua global como aquela responsável por desenvolver um papel especial, reconhecido em todos os países. Assim sendo, uma língua global é aquela usada por um número de outros países, além daqueles que a possuem como língua materna. O autor ressalta, ainda, que uma língua global não tem exatamente a ver com o número de falantes, mas com o uso dessa língua por falantes que não a tem como primeira língua. Segundo Crystal (2003), a razão pela qual o inglês se tornou uma língua global é justamente porque o número de falantes não nativos está superando o de nativos.

De acordo com o referido autor, a escala de dominância de uma língua global não é apenas medida pelo poder militar de um país, ainda que essa característica seja relevante. Ele explica que o poder econômico de tal país é igualmente responsável por estabelecer e fazer perdurar essa língua em outros locais. Nesse sentido, os Estados Unidos se beneficiaram em ambos os aspectos, militar e econômico, na consolidação do inglês como língua global, principalmente durante o século XX, por meio de suas investidas militares em outros países nas situações de guerra, e por seu crescimento econômico com os investimentos feitos durante a Guerra Fria, fase em que viu a necessidade de sair à frente da extinta União Soviética, com quem disputava a posição de maior potência mundial.

Além disso, do ponto de vista léxico, Crystal (2003) adiciona que para alcançar o patamar de língua global, o inglês se beneficiou de sua familiaridade com outros idiomas. Ele justifica essa afirmação dizendo que pessoas que estudam a língua inglesa como segundo idioma em diferentes partes do mundo, conseguem perceber semelhanças entre sua língua nativa e o inglês. Isso se dá pelo fato de o idioma ter recebido, em diferentes fases, interferências de outros dialetos como o latim, o francês, o espanhol e o alemão, por exemplo. O que faz com que, para muitos estudiosos da língua, o inglês soe mais próximo de falantes não nativos do que outros idiomas.

Nesse aspecto, McCrum, MacNeil e Cran (1992) exemplificam que o desenvolvimento verdadeiramente significativo, que ocorreu apenas nos últimos cem anos, acirrando-se após o advento da globalização, é o uso do inglês em lugares onde esse idioma não se configura como uma língua nativa. Isto é, o Inglês tornou-se uma segunda língua em países como Índia, Nigéria e Cingapura, onde é usado para administração, radiodifusão e educação. Nesses países, a língua inglesa é uma alternativa vital, muitas vezes, unificando grandes territórios e populações diversas.

Como descrito por eles, ainda há o inglês como língua estrangeira, usado em países como Holanda, Alemanha ou Suécia, onde é apoiado pela tradição do ensino do idioma, ou onde foi adotado mais recentemente, como Senegal, por exemplo. Em casos como o desse último, ele é usado para se ter contato com pessoas de outros países, geralmente para promover o progresso científico, mas em benefício da comunicação internacional em geral.

O inglês está representado, na atualidade, em todos os continentes e nas ilhas dos três principais oceanos - Atlântico (Santa Helena), Índico (Seychelles) e Pacífico (em muitas ilhas, como Fiji e Havaí). É essa disseminação de representação que torna a aplicação do rótulo "língua global" uma realidade. (CRYSTAL, David, 2003, p. 2, *tradução nossa*).<sup>6</sup>

Segundo Crystal (2003), são dois os fatores que explicam porque a língua inglesa é considerada a língua global. De um lado, o fator histórico geográfico, que seria a disseminação do idioma através da colonização e da migração, principalmente entre os séculos XVII e XIX. Do outro lado, o aspecto sociocultural, que trata da dependência que as pessoas ao redor do mundo passaram a ter em relação ao inglês em diferentes setores, visto que o idioma se infiltrou em alguns domínios como política, economia, comunicação, informática, educação, negócios, relações internacionais e indústria do entretenimento.

Esses aspectos, em conjunto, viabilizam uma concepção exata da influência do inglês como língua global e sua utilização em todo o mundo. Dessa maneira, é importante, neste trabalho, se destacar dois cenários, que serão discutidos mais detalhadamente nas próximas seções. Cenários por meio dos quais a língua inglesa impulsiona a influência americana no mundo e manifesta sua força enquanto língua global, são eles as relações internacionais e a música *pop*.

### **2.2.1 Nas relações internacionais**

Como dito anteriormente, o fim da Segunda Guerra Mundial definiu novos rumos para a expansão da influência da língua inglesa em escala global.

Crystal (2003) revela que a Liga das Nações foi uma das primeiras entidades de alianças internacionais a incluir o inglês, junto ao francês, como língua oficial de suas relações. Em 1945, a Liga foi substituída pela ONU, a Organização das Nações Unidas. Essa entidade consiste em mais de cinquenta órgãos, programas e agências especializadas, bem como comissões regionais e outras organizações. É importante destacar que o inglês é uma das línguas oficiais em todas essas estruturas.

---

<sup>6</sup> No original: English is now represented in every continent, and in islands of the three major oceans - Atlantic (St Helena), Indian (Seychelles) and Pacific (in many islands, such as Fiji and Hawaii). It is this spread of representation which makes the application of the label 'global language' a reality. (CRYSTAL, David, 2003, p. 2)

O autor esclarece que a língua inglesa representa um papel de destaque como o idioma oficial ou de trabalho nos procedimentos da maioria das grandes reuniões políticas internacionais em todas as partes do mundo. Exemplos incluem a Associação das Nações do Sudeste Asiático e a União Europeia. É também a língua oficial da Organização dos Países Exportadores de Petróleo.

Na União Europeia, aliás, o inglês exerce uma função significativa na comunicação entre os países. Atualmente, são 28 membros<sup>7</sup> que em reuniões têm o direito de participar utilizando seu idioma materno. Eles podem requerer os serviços de tradução e interpretação em situações em que precisem se comunicar com outro país, de língua materna diferente.

Porém, Crystal (2003) argumenta que é praticamente impossível encontrar tradutores e intérpretes especializados para todos os pares de idiomas, ou fornecer cobertura máxima em todas as ocasiões. Algumas soluções foram propostas, e segundo o pesquisador, a mais plausível foi o uso de um sistema de retransmissão, ou seja, se não houver um tradutor finlandês / grego disponível, por exemplo, o inglês pode ser usado como uma língua intermediária, ou interlíngua, como às vezes é chamada.

Ele conclui: “A impressão primordial é que, em qualquer lugar do mundo em que uma organização esteja baseada, o inglês é a principal língua auxiliar”.<sup>8</sup> (CRYSTAL, 2003, p.89, *tradução nossa*). O que reafirma o papel importante do idioma inglês, dentro do contexto das relações entre os países, como língua intermediadora de diálogos.

### **2.2.2 Na música *pop* americana**

No que tange à difusão do idioma através da cultura, Lacoste (2005) alega que a mundialização do inglês americano se faz presente, ainda que indiretamente, por meio de uma série de fenômenos culturais associados. No caso da música *pop* americana, interesse maior desta pesquisa e tema a ser discutido nos próximos capítulos, essa difusão do inglês se dá através da quantidade de produções

---

<sup>7</sup> Segundo dados da própria organização, no ano de 2019.

<sup>8</sup> No original: “The overriding impression is that, wherever in the world an organization is based, English is the chief auxiliary language”. (CRYSTAL, 2003, p.89)



divulgadas por meio de emissoras de rádio, televisão, e atualmente, plataformas digitais<sup>9</sup> do mundo inteiro.

A música contribui para manter em alta a cultura e os valores da sociedade norte-americana, e isso, segundo Lacoste (2005) provoca consequências na posição dos Estados Unidos no cenário geopolítico<sup>10</sup> mundial, bem como nas suas relações internacionais e na influência global de sua língua.

Para se discutir o assunto, é preciso que se compreenda o que seria o termo *música pop*. Do ponto de vista de Cavalcante e Pinezi (2014), música *pop* é aquela que consegue atingir um grande público devido ao seu conteúdo; e que não tem restrições de idade, sexo ou nacionalidade. De acordo com os autores, esses motivos, entre outros, historicamente designaram a música *pop* como aquela que atravessa fronteiras e atinge uma maior quantidade de público. Eles completam que, atualmente, um dos traços mais marcantes da música *pop* é seu caráter mercadológico, levando em conta que esse tipo de música se apresenta como um verdadeiro negócio, movimentando bilhões de dólares por ano.

Frith, Straw e Street (2001) utilizam os termos *consumo em massa* e *música comercial*, e declaram que esse tipo de produção musical faz parte da vida cotidiana, e vai desde o que se ouve no rádio e televisão, ou em lugares como *shoppings*, por exemplo, até a música de karaokê e a feita para igrejas e corais.

Na visão de Crystal (2003) as indústrias fonográfica e cinematográfica foram as duas novas tecnologias que emergiram no final do século XIX e início do século XX, e ajudaram a colocar o inglês, que já vinha em crescimento, ainda mais em evidência. Os avanços técnicos subsequentes na indústria musical ocorreram nos Estados Unidos. O disco de vinil, ou *long-play*, em inglês, por exemplo, foi introduzido em 1948 pela *Columbia Records*, importante gravadora americana. As principais gravadoras na música popular, aliás, se originaram nos Estados Unidos ou na Inglaterra.

---

<sup>9</sup> Entende-se por plataformas digitais, no contexto da indústria musical, todos os serviços que compreendem aplicativos de compra de músicas e discos, como *Itunes*, *Amazon Music* e outros. E todos os aplicativos de reprodução de áudio e vídeo, como por exemplo, *Apple Music*, *Deezer*, *Spotify* e *Youtube*.

<sup>10</sup> Lacoste (2005, p.7) entende o termo geopolítica como “as rivalidades de poder e influência entre territórios”.

Crystal (2003) comenta que as rádios ao redor do mundo testemunham, de hora em hora, o domínio do inglês na cena da música popular e que esse é um fenômeno que ocorre desde o século XX. Ele afirma que muitas pessoas, inclusive, têm seu primeiro contato com a língua inglesa dessa forma. Isso mostra o poder que a música possui como meio difusor do idioma.

De encontro à essa lógica, Silva e Rajagopalan (2004) exemplificam que, no Brasil e em muitos outros lugares da América Latina, muitas crianças e adolescentes, geralmente os de classe média e alta, são acostumados com diversos termos da língua inglesa, devido à incrível infiltração principalmente do *pop* americano, e mais recentemente inglês, canadense e australiano, na região.

Por fim, as informações até aqui apresentadas mostram como os Estados Unidos divulgaram seu idioma pelo mundo, dentre outros meios, através da música. Em virtude disso, este trabalho buscará nos capítulos seguintes, examinar o *pop* americano enquanto mecanismo de *soft power*, conceito das áreas de ciências políticas e relações internacionais, visando a projeção do inglês e o consequente aumento da influência norte-americana em nível mundial.

### **3 A RELAÇÃO ENTRE *SOFT POWER* E CULTURA NA CONSOLIDAÇÃO DA INFLUÊNCIA DOS ESTADOS UNIDOS E DO INGLÊS**

O capítulo anterior buscou descrever a trajetória da língua inglesa nos Estados Unidos, desde sua chegada ao país, trazida pelos colonizadores ingleses, os processos que contribuíram para o seu fortalecimento enquanto língua representativa daquele povo, e como um dos principais aspectos de influência das relações internacionais americanas.

Do mesmo modo, buscou-se traçar o perfil da língua inglesa enquanto língua global, segundo o estudo desenvolvido pelo linguista e escritor David Crystal (2003). Desse modo, entender o inglês da perspectiva de uma língua global é importante para entender como os Estados Unidos se utilizaram, durante sua história, de sua língua, buscando aumentar o seu alcance de poder e prestígio no âmbito internacional.

Assim sendo, levando em conta o contexto das relações internacionais e da análise geopolítica da língua inglesa, este capítulo buscará analisar a estruturação do poder americano através da cultura. Nesse sentido, tem-se como objetivo estudar o termo *soft power*, desenvolvido por Nye Jr (2004), e compreender a relação entre poder e cultura para se entender como os norte-americanos influenciam padrões de vida e valores de modo a abrir caminhos, em áreas como política internacional, para que suas convicções possam ser acolhidas mais facilmente.

#### **3.1 A conjuntura do poder norte-americano nas décadas de 80 e 90**

Como descrito por Fiori (2007), o fim da Guerra Fria, no começo da década de 1990 marcou a vitória dos Estados Unidos e das ideias liberais, e direcionou o Sistema Mundial<sup>11</sup> para mais perto da formação que o autor chama de *império mundial*, em que o mundo, mais do que nunca, esteve próximo de uma hegemonia.

Kissinger (2001 *apud* Fiori, 2007) avalia que a nova conjuntura internacional da década de 90, com a supremacia dos Estados Unidos foi responsável por fazer o país assumir, pela terceira vez em sua história, o desafio de redesenhar o mundo à sua imagem.

---

<sup>11</sup> Fiori (2005) entende o chamado Sistema Mundial, ou Internacional, como o conjunto das relações político-econômicas entre os países no mundo.

Dentro dessa perspectiva, Fiori (2007) esclarece que, nos anos 90, se difundiu a confiança no poder pacífico dos mercados e no estímulo econômico trazido pela globalização. A realidade, segundo o autor, foi diferente. Os Estados Unidos, à época, a única superpotência mundial, mantiveram um ativismo militar sem precedentes, realizando quarenta e oito intervenções militares durante os oito anos do governo de Bill Clinton.

Mas o advento da globalização e o estabelecimento de uma única potência mundial abriram caminho para investimentos feitos pelo país em outros campos que não somente o militar. A popularização do computador e internet, assim como os avanços na comunicação proporcionaram aos Estados Unidos a expansão de seus domínios através de aspectos intrínsecos como tecnologia, entretenimento e cultura.

Na opinião de Conrad (2014), os americanos continuaram a desenvolver uma grande quantidade de inovações tecnológicas, científicas e culturais no que o autor caracteriza como sua missão nacional, promovendo o estilo de vida americano ao redor do planeta. Ele ressalta que a América ganhou o mundo conquistando-o, às vezes, com barras de chocolate e jeans, e principalmente com imagens e sons.

Essas duas diferentes situações mostram que o poder americano se reafirmou no âmbito mundial após o fim da Guerra Fria da mesma forma que o país buscou fazer durante todo o século XX, adotando tanto estratégias tangíveis, como a força militar, quanto intangíveis, como a disseminação de sua cultura e formas de entretenimento. Esses dois tipos de estratégias são definidos por Nye Jr. (2004) como *hard power* e *soft power*, respectivamente, sendo esse último o conceito relevante para este trabalho. Esses termos serão explicados mais adiante neste capítulo, porém, primeiramente, é necessário se estudar o conceito de poder para facilitar o entendimento acerca do *soft power*.

### **3.2 Poder: Definições**

Nye Jr. (2002) caracteriza o poder como a capacidade de se conseguir os resultados esperados e, se houver necessidade, mudar o comportamento dos outros para obtê-lo. Ele acrescenta que essa capacidade de se obter resultados esperados depende regularmente do uso de certos recursos e, por isso, é comum se definir poder como a posse de grandes quantidades de elementos como população, território, recursos naturais, potência econômica, força militar e estabilidade política.

Por sua vez, Weber (1954 *apud* Galbraith, 1986) define poder como as chances que alguém tem de impor sua vontade sobre outras pessoas e seus comportamentos.

Na visão de Smoot (2012), situações de imposição de poder não ocorrem necessariamente apenas quando alguém consegue o que se deseja, mas também quando esse indivíduo consegue com que outros façam aquilo que se almeja.

O autor alega que, em um contexto geopolítico, considerando o comportamento e ações de Estados, há três formas pelas quais esses Estados fazem o que desejam, e completa que duas dessas formas são mais tradicionais e mais fáceis de se entender, e a terceira é um conceito mais novo e ainda menos difundido.

A primeira forma de poder influencia comportamentos através do que Smoot (2012) chama de coerção ou força. Ela é colocada em prática por meio da aplicação de força militar ou através de alavancagem econômica. Essa premissa é aplicada ao contexto dos Estados Unidos na medida em que esses coagem outras nações, como por exemplo o ataque ao território do Iraque, com o uso de força militar ou aplicam sanções para influenciar comportamentos, como no caso das pesadas restrições de negócios impostas ao Irã em 2010, com o objetivo de que esse país abandonasse seu programa de armas nucleares.

A segunda forma citada pelo autor, na qual um Estado exerce poder sobre outro, é através de indução. Isso implica em um Estado persuadir outro a fazer algo não por meio de fontes negativas como força ou sanções, mas sim por meio de pagamentos ou subornos.

De acordo com Nye Jr. (2004), estas duas formas de poder, juntas, são caracterizadas como *hard power*. O poder duro, como é chamado em português, é descrito por ele como concreto e físico e é baseado nos aspectos econômico e militar, como citado acima.

Nye Jr. (2004) destaca que o *hard power* é o poder de comando, ou seja, a manifestação de poder em sua forma mais convencional. Compreende uma série de episódios como confrontos diretos em situações de guerra, por exemplo, até transações econômicas visando situações de coerção e indução, como por exemplo, incentivos fiscais ou sanções.

Na visão do autor, o *hard power* tem suporte nos recursos tangíveis como as riquezas naturais e minerais, a quantidade de capital, a preparação e equipagem das

forças armadas, e portanto seria classificado como uma forma de poder tangível e mais conhecida na política internacional.

A correlação entre o *soft power* e o *hard power* provoca ampla reflexão dentro do contexto dos estudos das relações internacionais. Entender cada um é necessário para a compreensão das estratégias usadas pelos países na busca por poder e influência, seja política, econômica ou cultural.

Conhecer a contextualização do poder duro facilita o entendimento do termo criado por Nye Jr. (2004) sobre o poder brando, posto que esse conceito, objeto de estudo deste trabalho, é consolidado e perpetuado pelas mídias e colocado em pauta nos debates de política exterior, mas muitas vezes as pessoas não atentam para sua amplitude e importância no mundo globalizado de hoje.

### 3.3 O *Soft Power*

De acordo com Smoot (2012), a terceira e última maneira de o Estado moldar o comportamento de outros em seu benefício é por meio do *soft power*, ou poder brando. Esse conceito foi criado pelo cientista político, professor e diretor estadunidense da Escola de Governo *John F. Kennedy*, da Universidade de *Harvard*, Joseph Nye Jr. em 1990. Ele define o poder brando como a oposição ao poder duro, uma vez que, segundo Nye Jr. (2004), esse último é alavancado por comportamentos de comando como coerção e indução. O *soft power*, por outro lado, tem suas bases na atração que um grupo de ideias exerce ou na capacidade de estabelecimento de objetivos políticos com vistas a moldar as preferências dos outros.

Nye Jr. (2004) ressalta que o *soft power* não existe para substituir o *hard power*, essa não é sua função. Os dois devem existir em cooperação, pois, para o autor, um Estado que deseja não ser subjugado deve desenvolver um poder militar e econômico considerável. Dessa forma, o *soft power* surge como alternativa e não como uma mudança das estratégias convencionais de exercício de poder e influência.

O *soft power* é um marco da política democrática cotidiana. A capacidade de estabelecer preferências tende a estar associada a ativos intangíveis, como uma personalidade atraente, **cultura**, valores e instituições políticas, e políticas que são vistas como

legítimas ou com autoridade moral. Se eu posso fazer você querer fazer o que eu quero, então eu não tenho que forçá-lo a fazer o que você não quer.<sup>12</sup> (NYE JR, 2008, p 95, *grifo nosso, tradução nossa*)

Ouriveis (2013) aponta uma relação direta entre *soft power* e o nível de credibilidade que um país busca ter internacionalmente, pois segundo a autora, quanto maior for sua capacidade de difusão do poder brando, mais crédito no âmbito internacional haverá. Já Martinelli (2016) define o *soft power* como instrumento de poder que não é limitado somente aos Estados, visto que, qualquer agente, estatal ou não, pode exercê-lo devido aos seus traços intangíveis, não imediatos e transnacionais, isto é, além dos limites das nações.

Nye Jr. (2004) afirma que, no caso dos Estados Unidos, sua imagem e o interesse que despertam são uma associação de diferentes comportamentos e ideias. Segundo o autor, isso depende das políticas e valores internos do país, da maneira como suas políticas externas são conduzidas, e também da sua cultura. Ele complementa que esses três aspectos, ao longo do tempo, contribuíram para o desenvolvimento do *soft power* conforme impulsionaram a capacidade da América de obter os resultados que queriam, através da atração, e não da coerção.

Nye Jr. (2004) também declara que, em se tratando dos Estados Unidos, políticas e valores internos bem como políticas externas, são aspectos mais variáveis e mais suscetíveis ao controle do governo. No aspecto cultural, por outro lado, o principal operador de fortalecimento do *soft power* americano não é somente o governo, mas também os agentes particulares, uma vez que parte do fomento à cultura vem da iniciativa privada.

Nesse sentido, o autor exemplifica que o poder brando de marcas corporativas é conhecido há décadas na América.

No caso da música *pop*, podem ser citadas como exemplo dessas marcas corporativas, as grandes gravadoras que financiam, através de contratos, os artistas americanos, ou de outras nacionalidades, mas que cantam em língua inglesa e difundem o inglês pelo mundo através do seu trabalho. As rádios, que tocam as músicas, e as emissoras de tv, que abrem espaço para que esses artistas se

---

<sup>12</sup> No original: Soft power is a staple of daily democratic politics. The ability to establish preferences tends to be associated with intangible assets such as an attractive personality, **culture**, political values and institutions, and policies that are seen as legitimate or having moral authority. If I can get you to want to do what I want, then I do not have to force you to do what you do not want. (NYE JR, 2008, p 95, *grifo nosso*)

apresentem em seus programas, também são exemplos de marcas corporativas responsáveis, direta ou indiretamente, por dar suporte a essas estratégias de *soft power*, como será mostrado no próximo capítulo.

Com essa explicação, Nye Jr. (2004) mostra como é importante que o poder brando seja um meio de sedução, de tal forma a motivar o agente a copiar quem exerce esse poder. Dito isso, e conforme os fatos apresentados nesta pesquisa, vale ressaltar que a cultura desempenha tal papel, e por isso, manifesta-se como um importante fator impulsionador do *soft power* americano.

### **3.4 A ligação entre Cultura e Poder**

Compreender diferentes conceitos de cultura é importante ao se estudar sua aplicação como ferramenta de influência de um país e de sua língua no mundo.

Veloso e Madeira (1999) classificam cultura como o espaço no qual se desdobram o pensamento e as práticas sociais que constroem formas de classificação coletiva.

Warnier (2003) define cultura como a totalidade complexa que engloba os conhecimentos, as crenças, as artes, as leis, os valores, os costumes, e qualquer outra capacidade ou hábito adquirido pelo homem como parte da sociedade. O autor completa ainda que, cultura é a bússola de uma sociedade, sem a qual seus membros não saberiam de onde vêm, nem como deveriam comportar-se.

Assim, para Warnier (2003) o ambiente cultural no qual o indivíduo está imerso, motiva concepções, ideias, convicções e gostos que induzem o comportamento e as atitudes das pessoas e grupos sociais acerca de temas como , por exemplo, política. Esse conceito ilustra como a cultura funciona enquanto instrumento de poder, exercendo influência sobre a tomada de decisão dos indivíduos.

Santos (1987) afirma que o poder sempre esteve associado à cultura, pois ela pode funcionar como instrumento de controle por parte das classes dominantes da sociedade.

Martins (2002) também relaciona poder e cultura, e diz que essa última é questão definitiva de interesse do Estado e do mercado. Segundo o estudioso, o Estado busca firmar a dependência e a identificação de cunho nacional e patriótico, tornando viável a associação de cada indivíduo aos objetivos estipulados pelo ator



público. O mercado, por sua vez, visa estimular a dependência de consumo nas pessoas, com vistas a esgotar de forma rentável seus produtos.

As ideias de Martins (2002) refletem de modo claro a estratégia americana de *soft power* ao usar a música *pop* como ferramenta de difusão da cultura estadunidense porque no país, produtos culturais, como por exemplo, a música enquanto mercado lucrativo, são em grande parte, de responsabilidade dos agentes privados, funcionando como uma indústria que movimenta bilhões de dólares por ano.

O que Martins (2002) e Nye Jr. (2004) mostram é que, no caso dos americanos, ainda que o governo não invista diretamente nesse tipo de produção musical feita para fins lucrativos, ele se beneficia dos resultados, aumentando poder e influência à medida que esses produtos culturais atingem um número maior de pessoas, permeando os valores nacionalistas americanos por diferentes culturas e difundido a língua inglesa por lugares onde ela, por si só, não chegaria tão facilmente.

Seguindo a lógica de Martins (2002), o Estado emprega a estratégia de difusão cultural como uma política de propagação de valores e concepções, de modos de vida, de estruturação política, econômica e social. A língua inglesa, dentro dessa perspectiva, assume então papel primordial no cenário internacional, funcionando como o canal transmissor da mensagem.

### **3.5 A cultura enquanto estratégia do *soft power* americano**

Ouriveis (2013) comenta que o *soft power* permeia as interações sociais cotidianas através de instrumentos como a cultura, por exemplo, sem que muitas vezes esse processo seja sequer percebido de tão naturalizado que já se tornou.

Dessa forma, estudar a ligação direta entre *soft power* e *cultura* é importante, uma vez que essa análise fornece uma visão da efetividade com que os Estados Unidos exercem domínio no sistema internacional através dos seus meios de produção de cultura. É por meio dessa produção cultural que o país influencia, de forma menos agressiva, padrões de vida e valores mundo afora, abrindo caminho, no âmbito da política internacional, para que seus propósitos sejam aceitos com mais facilidade.

Segundo Santos (1987), nas sociedades modernas industrializadas, existem o que ele chama de sociedades de massa. Os grupos dominantes dessas sociedades criam as necessidades das massas humanas ao mesmo tempo em que montam mecanismos capazes de controlá-las. Nesse sentido, para ele, são os instrumentos culturais, como música, rádio, televisão e cinema que transmitem as mensagens, homogeneizando a vida e as visões de mundo de pessoas diferentes e facilitando o controle delas. Com a evolução nos meios de comunicação, pode-se afirmar que a internet também assumiu esse papel de canal transmissor de mensagens.

Essa visão de Santos (1987) confirma que a cultura pode atuar enquanto instrumento de poder e, no contexto dos Estados Unidos, comprova como o Estado e seus agentes privados entendem que a produção cultural deve operar até como mecanismo da política externa americana. Essas relações culturais ajudam na expansão dos limites da língua inglesa pelo mundo, uma vez que a transmissão e fixação dessas mensagens, visões e valores citados por Martins (2002) e Santos (1987) são realizadas usando o inglês como meio, fazendo-o penetrar nas variadas esferas da vida social e influenciar cada indivíduo que tem contato com o idioma.

Nye Jr. (2004) explica que, ao longo do tempo, os Estados Unidos construíram uma imagem que projetasse atratividade às outras nações. Essa atratividade da imagem norte-americana baseia-se principalmente em três fatores: i) depende em parte da cultura; ii) em parte, das políticas e seus valores internos; iii) e por fim, depende das táticas e estilo de suas políticas externas. Esses três aspectos desenharam o *soft power* americano e permitiram a eles, atrair, ao invés de coagir outros países em diferentes momentos.

Para representar a atratividade provocada pelos americanos no mundo, Nye Jr. (2004) cita dados que são parte do relatório intitulado *What the World Thinks*, divulgado pelo *Pew Global Attitudes Project*<sup>13</sup> em 2002, período logo após o fim da década de 90 e os atentados de 11 de setembro de 2001. Os dados citados pelo autor listam os aspectos mencionados acima, que formam a imagem de atratividade dos Estados Unidos em outros lugares do planeta. Essa pesquisa do *Pew Global Attitudes Project* identifica em quais lugares cada um desses aspectos é mais ou

---

<sup>13</sup> O *Pew Global Attitudes Project* é um projeto da *Pew Research Center*, uma instituição não governamental localizada em *Washington DC*, que tem por objetivo prover informações sobre temas, condutas e comportamentos que norteiam os Estados Unidos e o mundo.

menos popular e principal motivo de admiração por parte das pessoas em regiões como Europa, Ásia e nas Américas.

No relatório, os elementos são chamados de dimensões da atratividade americana. As informações apresentadas mostram que elementos da cultura americana, como a música e o cinema, por exemplo, são admirados por outros países. Na Europa e nas Américas, onde as pessoas possuem costumes mais próximos dos norte-americanos, a cultura só perde para os avanços científicos e tecnológicos dos Estados Unidos como características de atratividade mais apreciadas. Já no Sudeste Asiático e África, que possuem valores culturais mais distintos, os meios de cultura, ainda que posicionados abaixo também dos aspectos políticos, como democracia e modo de fazer negócios, possuem alto grau de aceitação.

A análise dessas informações citadas por Nye Jr. (2004) é pertinente pois mostra a eficiência do *soft power* em tornar a imagem dos Estados Unidos mais atrativa a países de culturas distintas e em localidades diferentes, especialmente na fase pós Guerra Fria, quando o mundo ainda vivia os primeiros passos da era da globalização e informação. Os dados confirmam que a cultura, e como parte dela, a música, elemento relevante para este trabalho, configuram-se como aspectos de grande importância enquanto agentes propagadores do poder e da influência dos Estados Unidos e, por consequência, de seu idioma.

Ainda dentro desse contexto, Wike and Kohut (2009 *apud* Smoot, 2012) corroboram o relatório do *Pew Global Attitudes Project* quando declaram que esse tipo de pesquisa de opinião global mostra que a música e outros aspectos da cultura *pop* americana recebem avaliações bastante positivas em várias nações, nas quais opiniões negativas em relação aos valores e costumes dos Estados Unidos se tornaram cada vez mais comuns ao longo dos anos. Mais uma afirmação da efetividade dos métodos de *soft power*.

Em virtude do que foi discutido até então, e tendo como base desse trabalho a utilização da música *pop* americana como estratégia de *soft power* visando o aumento do poder e influência dos Estados Unidos e do inglês, faz-se necessário no próximo capítulo, investigar como a música *pop* age enquanto elemento de *soft power*, agregando atratividade à imagem americana e difundindo o inglês globalmente.

Assim, o capítulo terá como objetivo analisar como esse fenômeno ocorreu especialmente no período da década de 1990, época em que o mundo presenciava uma nova conjuntura devido ao fim da Guerra Fria, ao fortalecimento do capitalismo e da era da informação, dos avanços tecnológicos e nas comunicações e do apogeu da globalização.

## **4 A MÚSICA *POP* ENQUANTO INSTRUMENTO DO *SOFT POWER* AMERICANO NA DIFUSÃO DO INGLÊS NA DÉCADA DE 1990**

O capítulo anterior buscou explicar o conceito de *soft power*, desenvolvido por Nye Jr. (2004), apontando sua aplicação através dos elementos culturais, especialmente a música. Buscou-se apresentar as definições e a ligação entre poder e cultura para se analisar de forma mais precisa o que seria o *soft power* e como os Estados Unidos se beneficiaram desse tipo de estratégia visando criar uma imagem mais atrativa, que ajudasse a aumentar sua influência e de seu idioma no mundo, através de outras formas, que não apenas por meio de sua força militar, política e econômica.

É necessário compreender essa conjuntura apresentada até aqui, pois esses aspectos permitem um entendimento mais claro sobre como a música *pop* dos Estados Unidos, uma das ramificações de sua cultura popular, foi e é utilizada como uma ferramenta de *soft power* que possibilita a disseminação da língua inglesa em escala global.

Pela observação dos aspectos analisados, conclui-se que é importante examinar o impacto da música *pop* americana na difusão mundial da língua inglesa, procurando apontar os efeitos da produção em massa e divulgação desse tipo de material no mercado internacional e como se deu o processo de assimilação do idioma através do consumo musical ao longo do século XX, principalmente na década de 90, período após a Guerra Fria, com a consolidação do processo de globalização e era da informação.

### **4.1 O contexto histórico da música *pop* estadunidense**

A música *pop*, como é conhecida na atualidade, passou por mudanças ao longo do tempo. Larkin (2011) afirma que o fascínio dos americanos brancos pelo estilo musical dos afro-americanos foi fator determinante para a origem da música *pop* no país. De acordo com o autor, Scott Joplin foi um dos mais conhecidos músicos a introduzir a música popular afro-americana. Em lugares como Nova Orleans, essa música se misturou às produções influenciadas pela música francesa e espanhola e deu origem ao *jazz*. Scott Joplin junto a outros artistas como Joe King Oliver e a Original Dixieland Jazz Band divulgaram o *jazz* pela América e depois pela Europa, durante a Primeira Guerra Mundial. Larkin (2011) assegura que o grande

mérito dessa música popular americana da época foi a quebra das barreiras sociais, sendo aquela concebida para fazer as pessoas se levantarem, agitarem, dançarem e levar os afro-americanos a esquecerem por um momento a pobreza com que viviam.

Conforme citado por Larkin (2011), o *jazz* e o *blues*<sup>14</sup> tiveram seu auge a partir do começo do século XX, quando a música *pop* passou a ser vista como mercado. Para ele, o *blues* abriu portas para as artistas femininas, citando Bessie Smith, Ma Rainey e Ida Cox como algumas das cantoras mais importantes da época. Na visão do autor, o *jazz* e o *blues* têm uma grande importância no desenvolvimento e estudo da música *pop*.

A música *country*, importante elemento da cultura e identidade americana, expandiu-se do oeste para o sul dos Estados Unidos e, na visão de Larkin (2011), atualmente, tem suas raízes em lugares como *Nashville*, no estado do *Tennessee* e em *Austin, Texas*. Afirma, o referido autor, que o *country* foi a primeira forma de música a ser tocada nas rádios americanas e conseguiu sobreviver ao tempo e prosperar devido ao seu potencial de vendas dentro e fora do país.

O *gospel* e o *R&B* ou, *rhythm and blues*, também surgiram em meados do século XX. O primeiro, no dizer do autor, sempre esteve próximo da música americana, levando-a para a igreja. Inclusive, muitos cantores populares de épocas depois, como Ray Charles, Aretha Franklin e Whitney Houston nunca deixaram de cantar músicas *gospel*. O *R&B*, por sua vez, surgiu na costa oeste do país durante os anos 40, tendo Louis Jordan como o artista mais popular na época, e obtendo grande sucesso mais tarde, principalmente nas décadas de 1960, 1990 e 2000.

Larkin (2011) revela também que o *rock* surgiu de ritmos americanos como o *jazz*, o *blues*, o *R&B*, o *folk* e o *country*, e se popularizou nos anos 50 com o auge de artistas como Elvis Presley e, no começo dos anos 60, com a invasão britânica dos Beatles. Outros artistas importantes do começo da história do *rock* são Chuck Berry, Little Richard e Janis Joplin, nos anos 60.

Segundo o estudioso (2011), o *rock* criou ramificações ao longo dos anos, com o surgimento de outros gêneros como o *glam rock* dos anos 70 de artistas como o inglês David Bowie, além de outros derivados como o *soft rock*, o *hard rock* e o *heavy metal* das bandas dos anos 70 e 80 como por exemplo, Led Zeppelin, AC/DC,

---

<sup>14</sup> Segundo Muggiati (1983), *jazz* e *blues* são estilos de música estadunidenses, criados pelos negros. O *blues* surgiu ainda na época da escravidão, o *jazz* nasceu da mistura do *blues* com outros ritmos. O *R&B*, por sua vez, surgiu da mistura entre o *blues*, o *jazz* e o *gospel*, nos anos 40.

Aerosmith, Kiss e Rolling Stones. Do *rock* também surgiram a música alternativa e o *grunge* dos anos 80 e 90, de bandas de grande sucesso na década de 90, como o Nirvana e o Oasis.

De acordo com Warwick (2014), a música *pop* é a mistura de todos esses gêneros. Esse termo é frequentemente usado como sinônimo de música popular, pois teve sua origem nessa expressão, e também designa o gênero musical surgido ainda nos anos 50 em oposição ao *rock*. Na visão da autora, o *pop*, enquanto gênero, surgiu como uma das vertentes da música popular justamente por seus traços marcantes de popularidade e sucesso de mercado.

Desde então, segundo Larkin (2011), a influência de artistas como o próprio Elvis Presley, e mais tarde, a combinação de elementos da *disco music*, da *dance music*, do *hip hop*, entre outros, nas décadas de 70, 80 e 90 moldaram a música *pop* americana e mundial conhecida atualmente.

#### **4.2 O poder da música pop na projeção do inglês no mundo: o exemplo dos anos 90 em números**

Giblin (2004) explica que acontecimentos como o fim da Segunda Guerra Mundial e o período da Guerra Fria transformaram os Estados Unidos em modelo a ser seguido, principalmente pela juventude da época, uma vez que esses grupos de pessoas se identificavam muito mais com a cultura americana do que com a soviética. Esse tipo de público, que vivia uma fase de expectativas e aspirações, encontrou na cultura americana um reflexo de sua identidade cultural e ideológica. Segundo o autor, a atratividade exercida pelas representações artísticas dos americanos desempenhou papel importante na expansão da língua inglesa pelo mundo.

Ouriveis (2013) afirma que a intensificação da globalização, nas duas últimas décadas, colaborou com o uso das formas de *soft power* na medida em que favoreceu a circulação de informações pelo mundo mais rapidamente.

Logo, como o marco temporal de maior relevância para esta pesquisa é a década de 1990, se faz necessário analisar a dimensão da música pop enquanto meio difusor do inglês nessa época. Uma das formas de se medir esse poder de alcance da música norte-americana enquanto produto cultural é através das vendas e difusão desse material em meios de comunicação como rádio, tv e a internet.

Para Levitin (2006), a indústria da música é uma das maiores dos Estados Unidos, empregando milhões de pessoas e gerando bilhões de dólares por ano com a venda de álbuns e ingressos de shows mundo afora.

Alves (2012), por sua vez, comenta que foi nas décadas de 1980 e 1990, com a concentração ainda maior do capital, que se destacaram os grandes conglomerados transnacionais que difundiram o capitalismo e a cultura ocidental por todo o planeta.

Esses fatores colaboraram para que a música americana influenciasse diretamente o tipo e gênero de música a ser produzido e consumido pelos outros países, fazendo também com que os países menores, e mesmo os que não possuem a língua inglesa como nativa, caso da Suécia, por exemplo, passassem a produzir e exportar música em inglês.

Artistas dos anos 90, originários de países como a própria Suécia, citada pela revista americana *Billboard* em 1995 como apenas o décimo sexto maior mercado musical do mundo, alcançaram um nível global de sucesso cantando em inglês, como exemplo pode-se citar a banda Roxette, que obteve êxito principalmente nas décadas de 80 e 90, vendendo mais de 75 milhões de cópias de seus álbuns e músicas no mundo<sup>15</sup>. Ace of Base, outra banda *pop* sueca dos anos 90, também atingiu sucesso global com músicas em inglês, vendendo cerca de 15 milhões de *singles*<sup>16</sup> e 30 milhões de álbuns mundialmente.<sup>17</sup>

Vale mencionar que o maior grupo *pop* da Suécia é o ABBA, quarteto frequentemente citado como inspiração por outros artistas, e que obteve sucesso mundial também utilizando a língua inglesa em seu material, desde os anos 70, no auge da *disco music*. Suas vendas atualmente, de acordo com Beech (2018), chegam a pelo menos, 200 milhões de álbuns e *singles*. Só a coletânea de maiores sucessos da banda, *ABBA Gold*, lançada na década de 90, possui atualmente, vendas mundiais em torno de 31 milhões de cópias<sup>18</sup>.

O ABBA, a propósito, atingiu o estrelato mundial, após a participação e vitória de sua música em língua inglesa, *Waterloo*, na edição de 1974 do famoso festival *Eurovision Song Contest*, ou em português, Festival Eurovisão da Canção.

---

<sup>15</sup> Dados de 2017 do site da gravadora dos artistas citados, a Universal Music.

<sup>16</sup> Conforme o *Cambridge Dictionary*, um *single* é um disco ou CD que tenha uma música principal de trabalho e geralmente um pequeno número de outras músicas nele.

<sup>17</sup> Dados do site oficial da banda.

<sup>18</sup> Informações retiradas do site oficial do grupo, em 2019.



Esse é um festival de música com tradição de mais de 60 anos na Europa e que conta com cerca de 50 países participantes, sendo transmitido todo ano para praticamente todo o continente e alguns convidados como Austrália e Israel, por exemplo. O caso do *Eurovision* é oportuno porque mostra como, ao longo de sua história, o festival refletiu a importância que a língua inglesa conquistou na música europeia.

Levando em consideração o contexto da década de 90, das 10 músicas vencedoras, entre os anos de 1990 e 1999, 7 foram cantadas em inglês. A Suécia, que ocupa o segundo lugar entre os maiores vencedores, ganhou 5 vezes, das quais, 3 foram com canções em língua inglesa, incluindo a vitória do ABBA no ano de 1974<sup>19</sup>.

Os exemplos citados acima mostram como a estratégia de difusão do idioma dos norte-americanos através da música conseguiu ser assertiva em seu propósito de exercer influência nos mais variados setores mundiais desde o século passado. Além disso, a reação natural à vitória do país no pós-Segunda Guerra Mundial também favoreceu a projeção da cultura e costumes dos estadunidenses no mundo.

Alves (2012) chama esse processo de exportação da cultura norte-americana de ‘a invasão cultural dos Estados Unidos’, e enfatiza que: “Não se trata de uma invasão direta, como na época das colonizações, mas sim uma invasão teleguiada, em que os Estados Unidos, de lá da América do Norte, propagam seus produtos culturais por qualquer parte do mundo”. (ALVES, 2012, p. 14)

Situações como a do *Eurovision* servem também para ilustrar o que Alves (2012) explica na medida em que, mesmo que os norte-americanos não participem do evento diretamente, se fazem presentes quando, como afirmam Ferreira e Waldfogel (2013), artistas de outros lugares copiam o estilo de música do país. Os autores citam como exemplo o *rap*, estilo musical americano surgido no século XX, que é copiado por músicos de lugares como França e Alemanha.

O domínio do inglês no cenário pop dos anos 90, em especial, é notável. Crystal (2003) cita a edição dos anos 90 da *The Penguin Encyclopedia of Popular Music*, que serve de guia explicativo da música dessa época e exemplifica que: dos 557 grupos *pop* incluídos na edição do livro, 549 trabalhavam inteiramente em inglês; foram listados na edição, 1219 vocalistas em carreira solo, dos quais, 1156 deles

---

<sup>19</sup> Todas as informações acerca do *Eurovision* foram retiradas do site oficial do evento.

cantavam em inglês. Dentro dessa estimativa constavam também artistas de países que não possuem a língua inglesa como língua materna, mas que viram no inglês a oportunidade de alcançar o sucesso mundial, como no caso das bandas suecas anteriormente citadas.

Como mencionado por Ferreira e Waldfogel (2013), o processo de globalização consolidado nos anos 90 juntamente com os avanços nas tecnologias de comunicação ao longo do século passado permitiram o compartilhamento mais fácil dos bens culturais disponíveis. Os autores esclarecem que a internet, por exemplo, desde essa época permitiu aos consumidores a oportunidade de compartilhar música na rede, ainda que ilegalmente. Isso, segundo eles, fez com que a música de um país estivesse disponível mais facilmente para outros.

Ainda nesse contexto, Burnett (1996 apud Vicente, 2002) aponta o surgimento da *MTV* como um outro veículo de penetração musical, principalmente nos anos 90 e 2000, aumentando a dimensão de êxito e alcance global dos artistas por meio da divulgação do seu trabalho através da relação de som e imagem. É importante destacar que essa é uma emissora de tv americana criada em 1981, mas que atingiu dimensão mundial na década seguinte.

Segundo dados citados pelo autor, o canal a cabo tornou-se o de mais rápido crescimento no mundo, atingindo 320 milhões de lares em mais de 90 países nos 5 continentes, até meados da década de 90. A *MTV* europeia surgiu em 1987, a asiática em 1991, a japonesa em 1992. Na América Latina, se estabeleceu em 1993, sendo que no Brasil a emissora já tinha aberto suas portas em 1990.

Nos anos 90, a emissora ajudou a popularizar a carreiras dos ídolos adolescentes americanos, fossem eles vocalistas solo ou em grupo. Esses artistas conquistaram fãs ao redor do mundo, disseminando o inglês entre a juventude da época. Esse fator pode ser comprovado através das vendas de seu material. Dentre os artistas mais populares dos anos 90, pode-se citar a cantora Britney Spears, fenômeno da época, que já vendeu mais 100 milhões de gravações mundialmente, sendo que desses, seu álbum de estreia *Baby One More Time*, de 1999, sozinho, tem atualmente suas vendas em mais de 27 milhões de cópias no mundo todo<sup>20</sup>.

Outra cantora que fez muito sucesso entre os jovens da época foi Christina Aguilera. Seu álbum de estreia, também de 1999, já vendeu mais de 17 milhões de

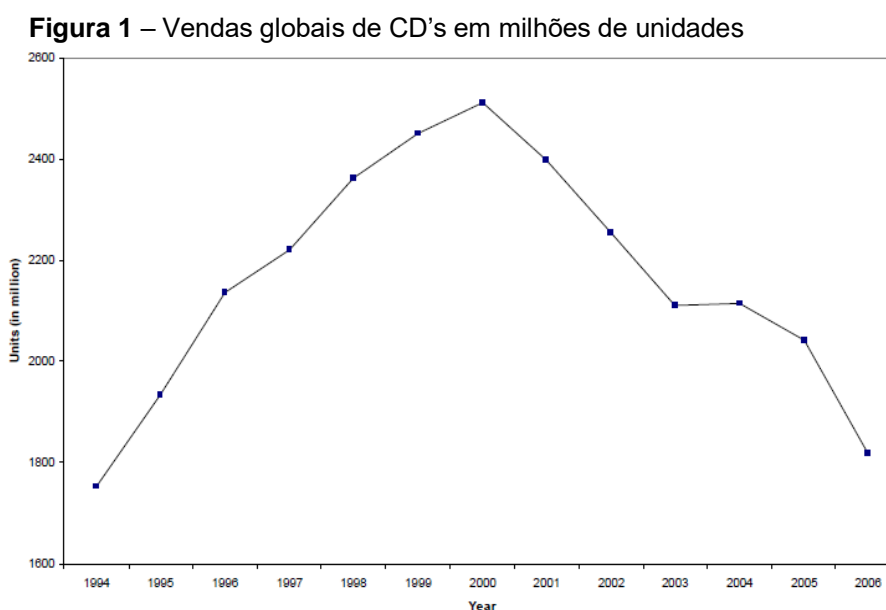
---

<sup>20</sup> De acordo com os dados de 2019 da *RCA Records*, gravadora da artista.

cópias no mundo, segundo Abjorensen (2017, p.13). Entre os grupos *pop*, Abjorensen (2017, p.32) destaca os Backstreet Boys, trazendo como exemplo seu primeiro álbum, que vendeu mais de 10 milhões de unidades.

É necessário frisar que os anos 90 e início da década seguinte foram o auge das vendas de CDs em todo o mundo, o que significou uma maior demanda, isso é, mais pessoas tendo acesso às produções musicais em língua inglesa disponíveis no mercado.

Janssens, van Daele e Beken (2009) afirmam que durante essa década, as vendas de discos cresceram continuamente, só voltando a apresentar redução de números em meados dos anos 2000. Os autores citam o gráfico de 2004 da *International Federation of the Phonographic Industry (IFPI)*<sup>21</sup> que ilustra o panorama do comércio de CD's na época:



Fonte: (JANSSENS; VAN DAELE; BEKEN, 2009)

Os grandes nomes do *pop* norte-americano, em especial, aproveitaram essa fase de amplas vendas para realizar grandes turnês mundiais e produzir álbuns de vendas internacionais consistentes. Dentre os exemplos dessa época, Vicente (2002) cita Michael Jackson e Madonna.

Michael Jackson é listado pelo *Guinness Book* como o artista detentor do álbum mais vendido de todos os tempos, com o disco *Thriller*, de 1982, vendendo

<sup>21</sup> Federação Internacional da Indústria Fonográfica, em português.

em torno de 66 milhões de cópias mundialmente. Nos anos 90 o cantor manteve as expressivas vendas do auge da carreira. Dos álbuns lançados por ele nessa fase, pode-se destacar o disco *Dangerous*, de 1991, com cerca de 32 milhões de cópias vendidas no mundo e o álbum duplo de 1995, *HIStory*, com vendas mundiais chegando aos 40 milhões.<sup>22</sup>

Madonna, por sua vez, aparece no livro dos recordes como a artista solo feminina mais vendida de todos os tempos, com cerca de 335 milhões de álbuns e músicas vendidos mundialmente. Segundo Obrien (2008) a coletânea de maiores sucessos de Madonna, lançada em 1990 e intitulada *The Immaculate Collection*, entrou para o *Guinness* no final da década como a coletânea de artista feminina mais vendida de todos os tempos. Segundo informações de 2015 do livro dos recordes, as vendas desse álbum já ultrapassaram 28 milhões de cópias.

As grandes estrelas do *pop* americano conseguiram também fazer seu trabalho vencer as barreiras idiomáticas e geográficas e chegar até lugares mais distantes e com uma atmosfera cultural diferente do mundo ocidental, como no caso da Ásia.

Tendo o Japão como exemplo, segundo maior mercado musical do mundo<sup>23</sup>, dentre os artistas norte-americanos de maior sucesso no país, vale destacar a cantora Mariah Carey, que segundo a Billboard China, é a artista feminina ocidental mais vendida no continente asiático.

Só no Japão, país onde aliás, foi eleita a Artista Internacional do Ano em 1995 e 1996, pela Associação da Indústria de Gravação do Japão, *RIAJ*, Mariah já vendeu mais de 18 milhões de álbuns ao longo de sua carreira de quase 30 anos. Seu álbum *Daydream*, de 1995, vendeu no seu primeiro ano, cerca de 1 milhão e 650 mil cópias no país<sup>24</sup>, sendo eleito também pela *RIAJ*, o álbum internacional do ano.

A seguir, a figura 2 mostra um artigo da revista Billboard americana destacando os feitos da cantora no país asiático, em 1996.

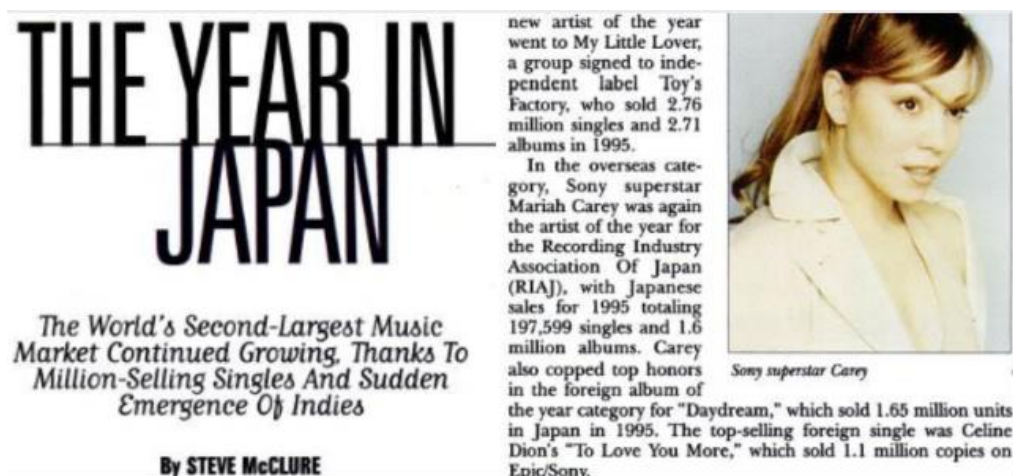
---

<sup>22</sup> Segundo dados disponíveis no site do jornal britânico The Telegraph em junho de 2009.

<sup>23</sup> De acordo com dados do relatório de 2019 do IFPI.

<sup>24</sup> Informações obtidas através do artigo 'The Year in Japan', da revista Billboard, em 1996.

**Figura 2** – Extrato de artigo da Billboard americana mostrando as vendas de Mariah Carey no Japão em 1996.



Fonte: Revista Billboard EUA, 1996.

O caso do Japão é interessante pois revela o prestígio que o inglês conseguiu atingir na Ásia, um mercado musical complexo para artistas da cultura ocidental. Um exemplo disso, é que todo o *top 10* dos álbuns internacionais mais vendidos do país é formado por artistas de língua inglesa, 8 deles são de artistas americanos, sendo que 4 são de Mariah Carey. O primeiro lugar da lista, que já vendeu mais de 3 milhões e 700 mil unidades<sup>25</sup>, é a coletânea de maiores sucessos da cantora, lançada em 1998 e intitulada *1's*. Dos 10 discos, 6 são da década de 90. O quadro 1, abaixo, contém as informações dos discos internacionais mais vendidos em solo japonês.

**Quadro 1** – Os álbuns internacionais mais vendidos do Japão.

ÁLBUM	ARTISTA	ANO DE LANÇAMENTO	VENDAS
<i>1's</i>	Mariah Carey	1998	3.700.000
<i>Best of Carpenters</i>	The Carpenters	1995	3.000.000
<i>The Bodyguard Soundtrack</i>	Whitney Houston	1992	2.950.000
<i>Thriller</i>	Michael Jackson	1982	2.800.000
<i>Merry Christmas</i>	Mariah Carey	1994	2.750.000
<i>1</i>	The Beatles	2000	2.700.000
<i>Daydream</i>	Mariah Carey	1995	2.600.000
<i>Music Box</i>	Mariah Carey	1993	2.400.000
<i>Simon &amp; Garfunkel's Greatest Hists</i>	Simon & Garfunkel	1971	2.000.000
<i>Abbey Road</i>	The Beatles	1969	1.920.000

Fonte: o próprio autor.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Dados da *Recording Industry Association of Japan - RIAJ*,

<sup>26</sup> Lista elaborada com base nos dados obtidos através da Oricon, empresa responsável por fornecer estatísticas e informações sobre a indústria musical do Japão.

O auge das vendas de CDs nos anos 90 e os grandes sucessos do cinema de *Hollywood* beneficiaram também o desempenho das trilhas sonoras de filmes. Nesse sentido, dois dos maiores sucessos da década em termos de vendas mundiais foram as trilhas sonoras dos filmes *O Guarda-Costas* e *Titanic*, de 1992 e 1997, respectivamente. Tomando como exemplo novamente o Japão, o álbum da trilha sonora de *O Guarda Costas*, da cantora americana Whitney Houston, intitulado *The Bodyguard Soundtrack*, tinha vendido 2 milhões de cópias até final de 1994, segundo dados da *RIAJ*. O disco já ultrapassou as 2 milhões e 900 mil cópias no país, conforme indicado na figura 2, e tem expressivas vendas mundiais em torno de 44 milhões de unidades, segundo a revista britânica *NME*, em 2010.

Outra campeã de vendas, a trilha sonora do filme *Titanic*, também possui excelentes números ao redor do mundo, com cerca de 30 milhões de cópias comercializadas, conforme indicado pela *NME*. De acordo com Sandler e Studlar (1999), o álbum vendeu somente até o final do ano de 1998, 10 milhões de unidades no mundo, atingindo o número 1 em mais de 21 países.

Na Ásia não foi diferente, a *Billboard* divulgou uma notícia, ainda em 98, destacando o ótimo desempenho da trilha, mesmo em um mercado mais fechado como o asiático. A figura 3 apresenta uma nota publicada pela revista, onde se lê que o cd tinha vendido até então 1 milhão de cópias na China e mais 1 milhão em Taiwan, deixando até mesmo os executivos representantes da filial da gravadora na Ásia admirados com o sucesso do disco.

**Figura 3** – *Billboard*, em 1998, destacando o sucesso da trilha do filme *Titanic* na Ásia.

## **'Titanic' Chinese Sales Top 2 Mil.**

### **Soundtrack A Hit Both In Taiwan And Mainland China**

BY ADAM WHITE

LONDON—"Titanic" continues to set new standards in the entertainment industry. Its latest achievement is in both countries bearing the name China.

The Sony Classical soundtrack album to the movie is now reported to have sold more than 1 million legitimate copies in the People's Republic of China, becoming the first international-repertoire release to achieve this level on the mainland.

In neighboring Taiwan—which is otherwise known (to the government there, at least) as the Republic of China—the "Titanic" soundtrack has also sold more than 1 million. As in the other China, no other Western-repertoire release has reached this level before.

"This is history in the making,"

says Sony Music Asia president Richard Denekamp. "For the mainland, it's the biggest number I've seen as an official, licensed product."

Sony Music's Hong Kong affiliate licensed the soundtrack album to Shanghai Audio-Visual Press for the mainland,

where Western labels are not permitted to operate as full-fledged businesses in control of their own production, distribution and sales. (They can have representative offices.)

Insiders estimate that Sony will earn between \$200,000 and \$300,000 in royalties from the release, of which Shanghai has sold 1.2 million copies.

In Taiwan, where there are few restrictions on foreign companies, Sony Music has operated its 100%-owned affiliate since July 1993. There, managing director Roger Lee

is equally proud of his "Titanic" achievement, which mirrors the movie's enormous popularity in Asia but also reflects the vigor of his young team.

"One million sales [of the soundtrack] in Taiwan is just astonishing," says Lachlan Rutherford, senior VP of

Warner Music South East Asia and an experienced Asia hand. "Yes, the movie is a big part of the story, but Roger and his people were very active with that record. They made it work."

The "Titanic" achievement—in both Chinas—relates to the fact that the soundtrack is classified as international repertoire. However, at least one Chinese artist signed to a Western record company has passed 1

(Continued on page 91)

**SONY**



DENEKAMP

Fonte: Revista *Billboard* EUA, 1998.

No caso do Brasil, de acordo com Alves (2012), o país possui uma maior familiaridade com a língua inglesa, mesmo estando cercado por países de língua espanhola, justamente porque depois do português, o inglês é o idioma que mais se ouve, se lê e se fala. Destaca a autora, que a presença do inglês em território brasileiro é maciça e constante, e se dá por meio de elementos como por exemplo, nas músicas tocadas nas rádios. Essa invasão cultural americana não parou de crescer desde a década de 1930, mas acelerou a partir dos anos 70, 80 e 90.

Godinho (2016) também cita as rádios como meio difusor do inglês, afirmando que o idioma está presente em pelo menos 60% dos programas de rádio, e certamente também nos programas de televisão e letras de músicas.

A música dos Estados Unidos exerceu uma notória influência no Brasil, especialmente na década de 90. Como exemplo disso, a canção mais tocada nas rádios brasileiras na década foi uma música *pop* americana<sup>27</sup>, o tema do filme O Guarda Costas, *I Will Always Love You*, da cantora do estado de Nova Jersey, Whitney Houston.

No quesito vendas de discos, a língua inglesa também dominou a década. De acordo com dados de 2019 dos Produtores Fonográficos Associados<sup>28</sup>, dos 10 álbuns internacionais mais vendidos no Brasil na década de 90, 1 é em espanhol, da cantora colombiana Shakira, e os outros 9 são de artistas de língua inglesa, sendo 4 de norte-americanos, das cantoras Whitney Houston e Madonna, e do grupo Backstreet Boys. Essas informações estão apresentadas no quadro 2, logo abaixo.

**Quadro 2** – Os álbuns internacionais mais vendidos no Brasil, nos anos 90.

ÁLBUM	ARTISTA	ANO DE LANÇAMENTO	ESTIMATIVA DE NÚMERO DE CÓPIAS VENDIDAS
Pies Descalzos	Shakira	1995	1.000.000+
The Bodyguard Soundtrack	Whitney Houston	1992	750.000+
Serious Hits... Live!	Phil Collins	1990	750.000+
Jagged Little Pill	Alanis Morissette	1995	500.000+
Greatest Hits II	Queen	1990	500.000+
The Immaculate Collection	Madonna	1990	500.000+
Spice	Spice Girls	1996	500.000+
Backstreet's Back	Backstreet Boys	1997	500.000+
Millennium	Backstreet Boys	1999	500.000+
Paint the Sky with Stars	Enya	1997	500.000+

Fonte: o próprio autor.<sup>29</sup>

<sup>27</sup> Segundo dados do site maistocadas.mus.br, parceiro do grupo ADSL Network, que reúne informações de mais de 5000 estações de rádio no país.

<sup>28</sup> A PMB, Produtores Fonográficos Associados é a entidade oficial que representa as gravadoras do mercado musical brasileiro.

<sup>29</sup> Tendo como base informações do site oficial da PMB.

Vicente (2002) diz que os anos 90 foram um período em que diversos gêneros alcançaram sucesso no Brasil, em paralelo à dominação da música internacional e com crescimento acentuado da música nacional e intensificação da venda de CD's. O autor faz uma análise tomando como base o Nopem, Instituto Nelson Oliveira Pesquisa e Estudo de Mercado, levando em consideração o trecho Rio de Janeiro e São Paulo. O quadro 3 mostra quais os segmentos de música mais presentes entre os 50 álbuns mais vendidos por ano durante a década de 90.

**Quadro 3** – Segmentos com mais álbuns entre os 50 mais vendidos por ano no trecho Rio/São Paulo.

Ano	Inter.	Romântico	MPB	Samba Pagode	Rock	Infantil	Sertaneja	Rap/ funk	Axé	Total
1990	13	5	4	9	4	3	4	1	1	44
1991	26	5	5	5	1	4	3	0	0	49
1992	21	5	6	5	3	2	4	1	1	48
1993	16	4	8	10	3	0	3	2	4	50
1994	15	4	6	9	2	2	2	5	3	48
1995	15	3	3	11	7	3	3	3	0	48
1996	6	4	3	16	5	3	5	1	2	45
1997	9	3	3	16	5	2	4	3	4	49
1998	12	3	0	14	6	1	3	4	2	45
1999	13	5	4	13	2	0	3	2	2	44

Fonte: (VICENTE, 2002)

A análise do quadro permite afirmar que os discos internacionais foram o segmento mais vendido até a metade da década, quando o samba e o pagode atingiram seu auge, tomando a dianteira até o final da década, período em que o segmento estrangeiro voltou a ganhar fôlego.

A observação das informações fornecidas pelo autor e dados apresentados anteriormente mostram como a presença da música internacional, principalmente em inglês, no Brasil, foi importante para a disseminação do idioma e consolidação da influência norte-americana no país. O *pop* estadunidense conseguiu se equiparar à concorrência da música brasileira, e em diversas ocasiões, superá-la.

Outro dado que reflete a dominação mundial do inglês comparado a outros idiomas no mercado da música é que o CD mais vendido de um artista latino, que



inclusive figura na lista dos 25 mais vendidos do mundo<sup>30</sup> com mais de 30 milhões de cópias, é o álbum *Supernatural*, lançado em 1999 pela banda mexicana Santana.

O *Supernatural* é um disco formado, em sua maioria, por canções em língua inglesa, mesmo pertencendo a um grupo mexicano. Os dois maiores sucessos do álbum são as músicas *Smooth* e *Maria Maria*.

Números como esses comprovam a força do inglês através da música em escala global. Ainda que a indústria musical de muitos países com outras línguas tenha forças para produzir cantores e bandas locais de sucesso, sua projeção mundial se torna limitada se o material deles não for produzido ou pelo menos relançado em língua inglesa.

Esse cenário começou a mudar após o início da década de 2010, mas nos anos 80 e, especialmente na década de 1990, nenhuma outra língua conseguiu um comércio de música tão expressivo, a nível mundial, como o inglês. Países de diferentes regiões, como os já mencionados Brasil, China, Japão e também a França, por exemplo, podem ilustrar essa situação. O disco mais vendido por um artista brasileiro é o *Músicas para Louvar o Senhor*, do Padre Marcelo Rossi, lançado em 1998 e que já vendeu mais de 3 milhões de cópias no país.<sup>31</sup> O CD mais vendido da França é o *D'Eux*, de 1995, da cantora Céline Dion, que conta com mais de 4 milhões de unidades vendidas, segundo o *snep*.<sup>32</sup>

De acordo com Bergstrom (2012), o álbum mais vendido da China, com cerca de 20 milhões de cópias, é o álbum de 1986, do cantor Fei Xiang, com título em inglês, *A Voice on the Ocean*. No caso do Japão, o CD mais vendido por um artista do país, com aproximadamente 7 milhões de cópias, é o *First Love*, da cantora Hikaru Utada, lançado em 1999. Esse disco, que possui versão em inglês, vendeu mais 3 milhões de cópias mundiais segundo a *Billboard* em 2002.

A figura 4 mostra, inclusive, uma reportagem da revista norte-americana de março de 2002 destacando o fato de a cantora japonesa estar assinando com uma gravadora americana para o lançamento de materiais em língua inglesa, visando o mercado internacional.

---

<sup>30</sup> De acordo com a revista *Paste Magazine* em 2018.

<sup>31</sup> Segundo informações de Alzer e Claudino (2008).

<sup>32</sup> O *snep* é o Sindicato Nacional da Edição Fonográfica, em português. É a parada musical oficial do país.

**Figura 4** – Nota da revista estadunidense revelando os planos de carreira da cantora japonesa no ocidente.

**UPFRONT**

## Two Languages, Two Deals For Japan's Hikaru Utada

**BY STEVE McCLURE**  
**TOKYO**—The latest attempt to launch a Japanese star outside the home market is unique in a number of ways.

Hikaru Utada—aka Hikki, one of Japan's top pop divas—has surprised the music business by signing a worldwide English-language recording deal with the Island Def Jam Music Group. Known in Japan as Utada Hikaru, she remains under contract as a Japanese-language artist to Toshiba-EMI on its Virgin division's Eastworld label. That contract is also worldwide.

While Japanese labels occasionally license domestic artists' masters to rival labels overseas, one source notes, "this deal calls for two different sets of masters by the same artist being produced and distributed by rival companies."

Perhaps that makes sense for an artist who says there are distinctly different American and Japanese aspects of her personality. Born in New York in 1983, Utada has divided most of her time between there and Japan, attending New York's Columbia University.

The teenager's 1999 debut, *First Love*, is Japan's best-selling album ever, with shipments of almost 10 million units, according to Toshiba-EMI. Her second album, *Distance*, has shipped 5.3 million units since its March 2001 release, the label says, and her nine singles have shipped more than 13 million units in total.

The English-language album deal was set up by Island Def Jam Music Group president/CEO Lyor Cohen, who

down to the music."

Utada is managed by U3Music, a company formed by the artist and her parents, music producer Teruzane Utada and Junko Utada—who in the 1970s, was one of Japan's top female singers under the name of Keiko Fuji.

Although the upcoming set will be her first English solo album, Utada recorded an English-language album on the LiquidSoundLounge label as part of the band Cubic U before relocating to Japan in the mid-'90s.

The question on a lot of people's minds is why EMI apparently dropped the ball. The consensus here is that the recent bout of high-level personnel changes at EMI convinced the Utadas to go elsewhere.

"People at Virgin were kissing up to her dad and promising him that they



**Hikaru Utada Signs to Island Def Jam.** Pictured in the back row, from left, are Universal Music Group chairman/CEO Doug Morris, Vivendi Universal chairman/CEO

**In The News**

Fonte: Billboard, 2002.

O exemplo das vendas desses países que não possuem o inglês como língua materna comprova que, ainda que seus números sejam expressivos, estão restritos aos mercados locais, não possuindo alcance mundial, como os álbuns mais comercializados do *pop* americano ou que tenham influência dele e da língua inglesa.

Nesse sentido, à título de comparação e usando um marco temporal mais amplo, os dois álbuns mais vendidos dos Estados Unidos são também os mais vendidos do mundo. A banda norte-americana de *rock*, Eagles, ocupa com a coletânea de 1976, *Eagles: Their Greatest Hits 1971-1975*, o primeiro lugar entre os mais vendidos da história nos Estados Unidos, com 38 milhões de cópias e o segundo lugar entre os mais vendidos do mundo, com 51 milhões de unidades comercializadas.

Por sua vez, Michael Jackson tem o segundo álbum mais vendido no país, com o disco *Thriller*, que vendeu mais de 33 milhões somente nos Estados Unidos, e é o líder do *ranking* mundial, com cerca de 66 milhões de cópias.

Esses números demonstram a força da indústria musical estadunidense, ao longo dos anos. Se nas palavras de Nye Jr. (2004), o *soft power* depende de uma audiência receptiva, a indústria musical americana encontrou um público aberto a consumir o que lhes fosse, por ela, determinado.

O que faz sucesso nos Estados Unidos consegue também, na maioria das vezes, repetir o desempenho mundialmente, pois os outros países têm interesse em consumir o que vem de lá e o que cai no gosto dos norte-americanos.

Através da música e do cinema, a língua inglesa tornou-se ainda mais presente no inconsciente da população mundial. Nessa perspectiva, pode-se afirmar que o soft power é uma estratégia eficaz.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início desta pesquisa, foi destacada a importância de uma discussão acerca da influência internacional que um produto cultural como a música *pop* pode exercer, não apenas como manifestação artística ou de caráter mercadológico, mas também enquanto mecanismo de divulgação de um idioma no mundo. Nesse sentido, valendo-se do termo *soft power*, criado por Nye Jr. (2004), buscou-se entender como o *pop* norte-americano projetou internacionalmente a língua inglesa na década de 90, época em que os Estados Unidos fortaleceram sua dominação mundial.

Dessa forma, pode-se considerar que o trabalho conseguiu atingir seu objetivo geral, ao passo que demonstrou, por meio de informações coletadas nas fontes bibliográficas disponíveis, como a música *pop* dos Estados Unidos ajudou o idioma a atravessar fronteiras, além de aumentar o alcance e poder de comunicação que possui atualmente.

Os dois primeiros capítulos trataram das fases relevantes para a consolidação do idioma na Europa e no Novo Mundo, trazendo ainda uma discussão sobre seu *status* de influência global em diferentes setores da sociedade.

No terceiro capítulo, o termo *soft power* é apresentado como explicação para esse fenômeno de difusão cultural de ideias e valores nacionalistas através de um produto como a música. Baseado na ligação entre cultura e poder, o *soft power* americano, provou-se, por meio desta pesquisa, eficiente em seu propósito de expandir a influência do país como uma alternativa de se fazer presente, além dos meios hostis como coerção por força militar ou sanções, por exemplo, garantindo assim, uma imagem atrativa internacionalmente.

No quarto capítulo foi possível evidenciar que as vendas de artistas como Michael Jackson, Madonna, Britney Spears e Mariah Carey, entre outros, chegaram à casa dos milhões de unidades ao redor do mundo, comprovando como o mercado fonográfico americano proporciona visibilidade à língua inglesa.

O estudo mostra que a indústria musical americana exerce considerável influência no ramo, a ponto de indicar a maneira como artistas de outras nacionalidades devem produzir seus projetos, almejando o mercado internacional.

Além disso, foram mencionados os casos das rádios, veículos de grande circulação de músicas, para ilustrar a projeção da língua inglesa em grandes canais

de comunicação em países como o Brasil, por exemplo. Assim como o caso de grandes festivais, citando-se o *Eurovision*, importante evento que reúne quase todos os países da Europa, e alguns convidados de outros continentes, e funciona como um importante meio de difusão do inglês nesses lugares para uma audiência massiva.

O capítulo trouxe ainda o exemplo das bandas *pop* de outros países, como os suecos do grupo Roxette e do Ace of Base, ou de artistas orientais, como a cantora japonesa Hikaru Utada, que utilizaram, e ainda utilizam a língua inglesa em seus trabalhos como meio para atingir bons números em relação às suas vendas e reconhecimento de um público maior. Esses casos ilustram a forma com que os norte-americanos impuseram um padrão de sucesso, estabelecido pelo idioma inglês, ao qual outros precisam se adequar.

Esse é um assunto amplo, que dá margem a variadas discussões. Uma análise como esta pode ser feita em diferentes momentos da história, por exemplo, apesar do ainda pouco material disponível sobre o assunto, pois as referências bibliográficas tratam do tema de forma separada, ou seja, há autores que estudam o *soft power* ou a cultura e a relação entre esses termos. Há outros que tratam da música *pop*, especificamente. Porém, ainda não há fontes que façam esse levantamento quantitativo de dados sobre vendas de artistas para expressar a magnitude da invasão cultural promovida por um idioma através do mercado *pop*, sendo esta uma limitação deste trabalho, bem como sua contribuição.

Outra limitação que pode ser citada é com relação à restrição das informações sobre vendas de artistas de outros países, tendo em vista a dificuldade de se encontrar dados oficiais. Muitos países ainda não possuem veículos adequados para disponibilizar referências confiáveis acerca do material musical comercializado em seu território, impossibilitando assim uma análise mais abrangente. É difícil encontrar dados oficiais disponíveis sobre vendas de artistas estrangeiros no continente africano, por exemplo, o que praticamente inviabiliza esse tipo de estudo aplicado a essa região.

Foi utilizado no presente trabalho o marco temporal da década de 90, período que trouxe uma mudança no panorama mundial em termos de maior circulação de informações, proporcionada pelo fortalecimento da globalização e das novas tecnologias que permitiram maior circulação de informações.

É importante ressaltar a contribuição que esta pesquisa pode trazer aos debates dentro do curso de LEA-NI. O *soft power* é um termo ainda pouco conhecido no curso, mas que está diretamente associado ao que os estudantes aprendem ao longo da graduação. As negociações podem ser consideradas estratégias *de soft power*, uma vez que a premissa de se formular uma imagem mais atrativa, com vistas a seduzir e influenciar o outro indiretamente, para se alcançar objetivos, é relacionada ao ato de negociar.

Como sugestão para futuras pesquisas, pode-se dizer que seria interessante uma análise de como o *soft power* age, através da música *pop*, na difusão do inglês ao longo dos últimos anos, possibilitando assim, a observação da conjuntura do poder norte-americano através de sua cultura na atualidade.

Outras pesquisas podem explorar também essa temática de *soft power* e música na difusão de idioma, valores e comportamentos, aplicada à realidade de línguas oficiais de outros países bem-sucedidos no mercado fonográfico mundial, atualmente, como o idioma espanhol e o coreano, por exemplo.

Por fim, aspira-se que este trabalho possa colaborar para as discussões acerca do papel das línguas e culturas na sociedade, através de questões associadas às relações de poder.

## REFERÊNCIAS

ABJOESEN, Norman. **Historical Dictionary of Popular Music**. London: Rowman & Littlefield, 2017.

ADSL NETWORK. **Músicas mais tocadas nos anos 90**. Cuiabá, 2018. Disponível em: <<https://maistocadas.mus.br/anos-90/>>. Acesso em: 14 abr. 2019.

ALVES, Júlia. **A invasão cultural norte-americana**. São Paulo: Moderna. 2012.

ALZER, Luiz André; CLAUDINO, Mariana. **Os 10 Mais: 250 Rankings Que Todo Mundo Deveria Conhecer**. Rio de Janeiro: Agir, 2008.

ANDERSON, Sarah. **The 50 Best Selling Albums Ever**. London, 12 nov. 2010. Disponível em: <<https://www.nme.com/photos/the-50-best-selling-albums-ever-1419009#/photo/41>>. Acesso em: 13 abr. 2019.

BAUGH, Albert C.; CABLE, Thomas. **A History of the English Language**. 5. ed. London: Routledge, 2002. (usado em dois momentos diferentes em páginas e citações diferentes)

BEECH, Mark. **ABBA's Money Machine Is Back In Service With First New Music Since 1982**. [S. l.], 27 abr. 2018. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/markbeech/2018/04/27/abbas-multi-billion-money-machine-whirs-back-into-life-with-first-new-music-since-1982/#da59f1f5af13>>. Acesso em: 02 abr. 2019.

BERGSTROM, Mary. **All Eyes East: Lessons from the Front Lines of Marketing to China's Youth**. New York: Palgrave Macmillan, 2012.

BRYSON, Bill. **The Mother Tongue: English & How it Got That Way**. New York: Avon Books, 1990.

CÂMARA JR, J. Mattoso. Língua e cultura. **Revista Letras**, v. 4, 1955.

CAVALCANTE, A.S; PINEZI, A.K.M. **Arte e tecnologia: Um estudo sobre a música pop e seus fãs na contemporaneidade**. Disponível em: <[https://www.academia.edu/3114322/ARTE\\_E\\_TECNOLOGIA\\_Um\\_estudo\\_sobre\\_a\\_musica\\_pop\\_e\\_seus\\_fas\\_na\\_contemporaneidade](https://www.academia.edu/3114322/ARTE_E_TECNOLOGIA_Um_estudo_sobre_a_musica_pop_e_seus_fas_na_contemporaneidade)>. Acesso em: 23 mar. 2019.

CONRAD, Peter. **How The World Was Won: The Americanization of Everywhere**. New York: Thames & Hudson, 2014.

CRYSTAL, D. **English as a Global Language**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

EUROPEAN BROADCASTING UNION. **A decade of song: Eurovision winners through the years (1990-1999)**. [S. l.], 2019. Disponível em:

<<https://eurovision.tv/story/a-decade-of-song-eurovision-winners-through-the-years-1990-1999>>. Acesso em: 2 abr. 2019.

EUROPEAN BROADCASTING UNION. **Eurovision: facts & figures**. [S. l.], 2019. Disponível em: <<https://eurovision.tv/about/facts-and-figures>>. Acesso em: 2 abr. 2019.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 5. ed. Curitiba: Positivo, 2010.

FERREIRA, Fernando; WALDFOGEL, Joel. Pop internationalism: has half a century of world music trade displaced local culture?. **The Economic Journal**, v. 123, n. 569, p. 634-664, 2013.

FIORI, José Luís . **Formação, Expansão e Limites do Poder Global**. In: FIORI J. L. (org.) O poder americano. Petrópolis: Vozes, 2007.

\_\_\_\_\_. **O Poder Global dos Estados Unidos: formação, expansão e limites**. In: FIORI J. L. (org.) O poder americano. Petrópolis: Vozes, 2007.

\_\_\_\_\_. **Sobre o poder global**. Novos estudos. São Paulo: CEBRAP, v. 73, p. 61-72, nov. 2005.

FRITH, Simon; STRAW, Will; STREET, John. **The Cambridge Companion to Pop and Rock**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

GALBRAITH, J. Kenneth. **Anatomia do Poder**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1986.

GIBLIN, Rémi. L'anglais par la musique. **Hérodote: Revue de Géographie et de Géopolitique**, Paris, v. 115, n. 4, p.135-140, out. 2004. Trimestral.

GODINHO, John D. **Once upon a time um inglês: a história, os truques, e os tiques do idioma mais falado do planeta**. 3. ed. Rio de Janeiro: Relume Dumará. 2016.

GUINNESS WORLD RECORDS. **Best-Selling Female Recording Artist**. London, 23 março 2015. Disponível em: <<http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/best-selling-female-recording-artist>>. Acesso em: 4 abr. 2019.

GUINNESS WORLD RECORDS. **Best-Selling Album**. London, 11 maio 2017. Disponível em: <<http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/70133-best-selling-album>>. Acesso em: 4 abr. 2019.

HOGG, Richard; ALCORN, Rhona. **An Introduction to Old English**. 2. ed. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2012.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY. **IFPI Global Music Report 2019**. Londres, 2 abr. 2019. Disponível em: <<https://www.ifpi.org/news/IFPI-GLOBAL-MUSIC-REPORT-2019>>. Acesso em: 15 abr. 2019.



JACKSON, Josh; MUSIC STAFF, Paste. **The 25 Best-Selling Albums of All Time**. Georgia, 22 ago. 2018. Disponível em: <<https://www.pastemagazine.com/articles/2018/08/the-best-selling-albums-of-all-time.html>>. Acesso em: 30 mar. 2019.

JANSSENS, Jelle; VAN DAELE, Stijn; BEKEN, Tom Vander. The Music Industry on (the) Line?: Surviving Music Piracy in a Digital Era. **European Journal Of Crime: Criminal Law and Criminal Justice**. Gante, p. 77-96. 6 maio 2009.

KREPS, Daniel. **Eagles' 'Greatest Hits' Overtakes Michael Jackson's 'Thriller' as Best-Selling Album**. New York, 20 ago. 2018. Disponível em: <<https://www.rollingstone.com/music/music-news/eagles-greatest-hits-overtakes-michael-jacksons-thriller-as-best-selling-album-713224/>>. Acesso em: 8 abr. 2019.

LABOV, William. **Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular**. Philadelphia: University Of Pennsylvania Press, 1972.

LACOSTE, Yves. Por uma abordagem geopolítica da difusão do inglês. IN: Lacoste, Yves & Rajagopalan, Kanavillil (org.). Tradução: Marcos Marcionilo. **A geopolítica do Inglês**. São Paulo: Parábola. 2005.

LARKIN, Colin. **The Encyclopedia of Popular Music**. 5. ed. London: Omnibus Press, 2011.

LEVITIN, Daniel J.. **This Is Your Brain On Music: The Science Of A Human Obsession**. New York: Penguin Group (usa), 2006.

LOUREIRO, Vivian Maria Rodrigues. **Música para os ouvidos, fé para a alma, transformação para a vida: música, fé e construção de novas identidades na prisão**. Rio de Janeiro, 2009.

MARTINELLI, Caio Barbosa. O Jogo Tridimensional: o Hard Power, o Soft Power e a Interdependência Complexa, segundo Joseph Nye. **Conjuntura Global**, Curitiba, v. 5, p.65-80, jan. 2016. Quadrimestral.

MARTINS, Estevão Chaves de Rezende. **Relações Internacionais: Cultura e Poder**. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2002.

MCCLURE, Steve. The Year In Japan: The World Second-Largest Music Market Continued To Growing, Thanks To Million-Selling Singles And Sudden Emergence Of Indies. **Billboard: The International Newsweekly of Music, Video and Home Entertainment**, New York City, v. 108, n. 52, p.18-20, 28 dez. 1996. Semanal.

MCCLURE, Steve. Two Languages, Two Deals For Japan's Hikaru Utada. **Billboard: The International Newsweekly of Music, Video and Home Entertainment**, New York City, v. 114, n. 11, p.14-14, 16 mar. 2002. Semanal.

MCCRUM, R.; CRAN, W.; MACNEIL, R. **The Story of English**. 3. ed. London And Boston: Faber And Faber, 1992.

MORAES, J. Jota de. **O que é música**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

MUGGIATI, Roberto. **O que é jazz?**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

NYE JR, Joseph S.. **O Paradoxo do Poder Americano**: porque a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. São Paulo: Editora Unesp, 2002. Tradução de: Luiz Antônio Oliveira de Araújo.

\_\_\_\_\_. Public Diplomacy and Soft Power. **The Annals Of The American Academy Of Political And Social Science**, [s.l.], v. 616, n. 1, p.94-109, mar. 2008. SAGE Publications. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1177/0002716207311699>>. Acesso em: 25 mar. 2019.

\_\_\_\_\_. **Soft Power**: the Means to Success in World Politics. Public Affairs: New York, 2004.

O'BRIEN, Lucy. **Madonna**: 50 anos: a biografia do maior ídolo da música pop. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. Tradução de: Inês Cardoso.

ORICON ME. 音楽ランキング. Tóquio, 2019. Disponível em: <<https://www.oricon.co.jp/rank/>>. Acesso em: 13 abr. 2019.

OURIVEIS, Máira. **Soft power e indústria cultural**: A política externa norte-americana presente no cotidiano do indivíduo. RARI, n. 4, v. II. 2013.

Playground Music AB, **Ace of Base Biography**. [S. l.]. Disponível em: <<http://aceofbase.com/about/>>. Acesso em: 2 abr. 2019.

Polar Music International AB, ABBA The Site, **Story**. [S. l.], 2019. Disponível em: <<https://abbasite.com/story/>>. Acesso em: 2 abr. 2018.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PRÓ-MÚSICA BRASIL PRODUTORES FONOGRÁFICOS ASSOCIADOS. **Certificados**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <[https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/page/2/?busca\\_artista=Diversos&busca\\_tipo\\_produto&busca\\_tipo\\_certificado&busca\\_busca\\_gravadora&busca\\_ano](https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/page/2/?busca_artista=Diversos&busca_tipo_produto&busca_tipo_certificado&busca_busca_gravadora&busca_ano)>. Acesso em: 06 abr. 2019.

\_\_\_\_\_, **Certificados**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <[https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca\\_artista=Alanis+Morissette](https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca_artista=Alanis+Morissette)>. Acesso em: 6 abr. 2019.

\_\_\_\_\_, **Certificados**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <[https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca\\_artista=Backstreet+boys](https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca_artista=Backstreet+boys)>. Acesso em: 6 abr. 2019.

\_\_\_\_\_, **Certificados**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <[https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca\\_artista=enya](https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca_artista=enya)>. Acesso em: 06 abr. 2019.

\_\_\_\_\_, **Certificados**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <[https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca\\_artista=Madonna](https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca_artista=Madonna)>. Acesso em: 6 abr. 2019.

\_\_\_\_\_, **Certificados**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <[https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca\\_artista=Phil+Collins](https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca_artista=Phil+Collins)>. Acesso em: 6 abr. 2019.

\_\_\_\_\_, **Certificados**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <[https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca\\_artista=queen](https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca_artista=queen)>. Acesso em: 06 abr. 2019.

\_\_\_\_\_, **Certificados**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <[https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca\\_artista=spice+girls](https://pro-musicabr.org.br/home/certificados/?busca_artista=spice+girls)>. Acesso em: 06 abr. 2019.

RCA RECORDS. **Britney Spears' Glory Peaks At #1 On iTunes In Over 50 Markets**. New York, 2016. Disponível em: <<https://www.rcarecords.com/news/britney-spears-glory-peaks-1-itunes-50-markets/>>. Acesso em: 10 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Christina Aguilera**. New York, 2019. Disponível em: <<https://www.rcarecords.com/artist/christina-aguilera/>>. Acesso em: 10 abr. 2019.

RECORDING INDUSTRY ASSOCIATION OF JAPAN. **レコード産業界の歴史**. Tóquio, 2019. Disponível em: <<https://www.riaj.or.jp/f/leg/chronicle/>>. Acesso em: 13 abr. 2019.

SACKS, Oliver. **Alucinações Musicais**: Relatos sobre a música e o cérebro. São Paulo: Companhia das Letras. 2007.

SANDLER, Kevin S.; STUDLAR, Gaylyn. **Titanic**: Anatomy of a Blockbuster. New Brunswick: Rutgers University Press, 1999.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura?** 6. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SCHMID, Carol L.. **The Politics of Language**: Conflict, Identity, and Cultural Pluralism in Comparative Perspective. New York: Oxford University Press, 2001.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 22. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Fábio Lopes da; RAJAGOPALAN, Kanavillil. **A linguística que nos faz FALHAR**: investigação crítica. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

SINGLE. In: **Cambridge Dictionary Online**. Cambridge: Cambridge University Press, 2017. Disponível em:

<<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/single>>. Acesso em: 04 abr. 2019.

SMOOT, Taylor. **United States Soft Power- Free and Open Media to Bolster Afghan Democracy**: Radio Azadi: A Case Study. 2012. 148 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de International Economics And Politics, Charles University, Prague, 2012. Cap. 2.

SYNDICAT NATIONAL DE L'ÉDITION PHONOGRAPHIQUE. **Les Certifications**. [S. l.], 1995. Disponível em: <[http://www.snepmusique.com/les-disques-dor/?awards\\_cat=65&awards\\_artist=Celine+Dion&awards\\_title=D%27eux](http://www.snepmusique.com/les-disques-dor/?awards_cat=65&awards_artist=Celine+Dion&awards_title=D%27eux)>. Acesso em: 6 abr. 2019.

TANNEN, Deborah. Language and culture. In: FASOLD, Ralph; CONNOR-LINTON, Jeff. **An Introduction to Language and Linguistics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. Cap. 10. p. 343-372.

THE TELEGRAPH. **Michael Jackson's best selling studio albums**. London, 26 jun. 2009. Disponível em: <<https://www.telegraph.co.uk/culture/music/michael-jackson/5648176/Michael-Jacksons-best-selling-studio-albums.html>>. Acesso em: 31 mar. 2019.

UNIÃO EUROPEIA. **Os 28 países da UE**. [S. l.], 2019. Disponível em: <[https://europa.eu/european-union/about-eu/countries\\_pt#tab-0-1](https://europa.eu/european-union/about-eu/countries_pt#tab-0-1)>. Acesso em: 22 mar. 2019.

VELOSO, Mariza; MADEIRA, Angélica. **Leituras Brasileiras**: Itinerários No Pensamento Social e na Literatura. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

VIAN JR, Orlando. **Língua e cultura inglesa**. 1.ed., rev. - Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

VICENTE, Eduardo. **Música e disco no Brasil**: A trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90. 2012. 349 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicações, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru: EDUSC, 2003.

WARWICK, Jacqueline. **Pop**. Grove Music Online, 31 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.oxfordmusiconline.com/grovemusic/view/10.1093/gmo/9781561592630.001.0001/omo-9781561592630-e-1002259112>>. Acesso em: 4 abr. 2019.

WHITE, Adam. 'Titanic' Chinese Sales Top 2 Million: Soundtrack A Hit Both In Taiwan And Mainland China. **Billboard**: The International Newsweekly of Music, Video and Home Entertainment, New York City, v. 110, n. 25, p.6-101, 20 jun. 1998. Semanal.

WOLFF, Philippe. **Outono da Idade Média ou Primavera dos Tempos Modernos?** São Paulo: Martins Fontes, 1988.

ZWART, Josianne. **A decade of song: Eurovision winners through the years (1990-1999)**. [S. l.], 7 out. 2017. Disponível em: <<https://eurovision.tv/story/a-decade-of-song-eurovision-winners-through-the-years-1990-1999>>. Acesso em: 2 abr. 2019.